



GLOBONEWS: O começo do jornalismo 24 horas na TV brasileira

Por ***Cristina Boeckel***

Orientadora: Ana Paula Goulart

UFRJ – Universidade Federal do Rio de Janeiro
CFCH – Centro de Filosofia e Ciências Humanas
ECO – Escola de Comunicação

GloboNews: O começo do jornalismo 24 horas na TV brasileira
por
Cristina Reis Boeckel - DRE: 100113804

Monografia apresentada ao curso de
graduação em Comunicação Social –
habilitação em Jornalismo – da
Universidade Federal do Rio de Janeiro,
como requisito parcial para a obtenção
de bacharelado em Comunicação
Social.

Orientadora: Ana Paula Goulart

2º semestre de 2004.

**GLOBONEWS:
O COMEÇO DO JORNALISMO
24 HORAS NA TV BRASILEIRA**

Cristina Reis Boeckel

BANCA EXAMINADORA:

Prof^a. Dra. Ana Paula Goulart – Orientadora

Prof. Dr. Aluizio Trinta

Prof. Maurício Schleder

Rio de Janeiro

2004

“O jornalismo na GloboNews é isso, a gente derruba a grade e segue com a notícia.”

Vera Íris Paternostro

AGRADECIMENTOS

À minha mãe pela criação, pelo exemplo, pela minha vida e por ter me aturado por mais de seis meses pensando, dormindo, comendo, respirando, e falando só de GloboNews.

À Ana Paula, por ter me orientado bem, por ser uma grande professora e, quando precisei, uma amiga.

Aos colegas da Globo.com, por terem tanta paciência e pelo apoio nessa jornada.

À Vera Íris, pela atenção dispensada ao meu trabalho e minhas dúvidas.

Ao Eduardo Grillo, por ser tão gentil e solícito com o meu trabalho.

Ao José Carlos Monteiro, por procurar me passar um pouco de sua experiência.

Aos colegas e professores da ECO, pela experiência singular destes anos de convivência.

SUMÁRIO

CAPÍTULO	PÁGINA
1- INTRODUÇÃO	09
PARTE I – JORNALISMO 24 HORAS	12
2 – O MODELO <i>ALL NEWS</i> : A CNN	12
3 – CNN FAZ ESCOLA	15
3.1 – FOX NEWS	15
3.2 – AL JAZEERA	17
3.3 - BBC NEWS	18
PARTE II – AS PRÉ-CONDIÇÕES	19
4 – UMA BREVE HISTÓRIA DO TELEJORNALISMO NO BRASIL	19
5 – A TV A CABO NO BRASIL	24
PARTE III – A GLOBONEWS E SEUS PRINCIPAIS PROGRAMAS	28
6 – GLOBONEWS: O PRIMEIRO CANAL <i>ALL NEWS</i> DO PAÍS	28
6.1 – A LINGUAGEM	30
6.2 – ALGUMAS COBERTURAS	35
6.3 – AUDIÊNCIA E ANUNCIANTES	37
7 – AS PRINCIPAIS ATRAÇÕES DA GLOBONEWS	39
7.1 – EM CIMA DA HORA	39
7.2 – JORNAL DAS DEZ	41
7.3 – VIA BRASIL	41
7.4 – SEM FRONTEIRAS, GLOBONEWS PAINEL E PELO MUNDO	
44	
7.4.1 – SEM FRONTEIRAS	44
7.4.2 – GLOBONEWS PAINEL	45
7.4.3 – PELO MUNDO	45
7.5 – ESPAÇO ABERTO	
46	
7.5.1 – CIÊNCIA E TECNOLOGIA	46
7.5.2 – ESPORTE	47
7.5.3 – LITERATURA	47
7.5.4 – ECONOMIA	48
7.5.5 – POLÍTICA	48

7.5.6 – CULTURA	49
7.6 - ARQUIVO N	49
7.7 – MILÊNIO	49
7.8 – STARTE	50
7.9 – CONTA CORRENTE	50
7.10 – AS REPRISES	50
PARTE IV – ESTUDO DE CASO	52
CONCLUSÃO	
56	
BIBLIOGRAFIA	59
ANEXO I	61
ANEXO II	71
ANEXO III	75
ANEXO IV	81

RESUMO:

A experiência da GloboNews, o primeiro canal de jornalismo 24 horas por dia do Brasil. O modelo original *all news* na televisão: a CNN. Outras experiências de canais de TV especialmente dedicados ao jornalismo ao redor do mundo. As diferenças e semelhanças entre a iniciativa brasileira e a CNN. A linguagem, principais coberturas e audiência da GloboNews. Os principais programas e suas abordagens. Um estudo de caso: a análise da exibição de uma semana do principal noticiário da emissora: o *Jornal das Dez*.

ABSTRACT:

The experience of GloboNews, first 24 hours a day journalism channel on Brazil. The original all news model on television: CNN. Other experiences of TV exclusively dedicated to journalism around the world. The differences and similarities between the Brazilian initiative and CNN. The language, main reports and audience of GloboNews. The main shows of the channel and their approaches. A case study: the analysis for a week of the main news show of the channel, *Jornal das Dez* (Ten o'clock News).

1 – INTRODUÇÃO

No dia 15 de outubro, exatamente às oito e meia da noite, o apresentador Eduardo Grillo anunciava a novidade:

- Neste momento, você está vendo surgir a GloboNews.

Ao seu lado, sua companheira de bancada, Renata Vasconcellos completava:

- Está no ar a GloboNews, a primeira televisão brasileira só de notícias.

Pela primeira vez no Brasil entrava no ar um canal que tinha como proposta apresentar conteúdo jornalístico ininterrupto. A GloboNews é uma iniciativa de apenas oito anos. Isto se deve ao fato de que a implementação do serviço de canais a cabo no Brasil é relativamente recente, e o custo do serviço ainda é alto.

Os assinantes da TV paga se acostumaram a procurar os serviços do canal cada vez que um acontecimento de impacto ocorre, porque sabem que a programação normal da emissora pode ser interrompida a qualquer momento para exibir notícias em tempo real. Este tipo de transmissão acaba por exercer uma certa forma de poder sobre o espectador, porque quem acompanha o desenrolar dos acontecimentos tem a nítida sensação de ser uma testemunha ocular da história.

É importante dizer que a GloboNews prosperou em um momento muito propício, onde a busca por informações é fator cada vez mais preponderante em nossa sociedade, e quem a detém possui mais chances de ser bem sucedido. A obtenção rápida de informações é necessária principalmente para público-alvo ao qual a GloboNews se destina: as classes A e B. Mais do que isso, conseguiu criar, nestes espectadores ávidos por notícias, a confiança e a credibilidade nos seus relatos. O canal, dirigido a um público segmentado, possui duas vantagens primordiais em relação ao jornalismo da chamada “rede”: tempo e espaço para aprofundar causas e conseqüências de uma informação e a possibilidade de interromper a qualquer momento sua programação em nome da notícia. Não são somente notícias. Por meio destas coberturas, o canal gerou o hábito de ser assistido e criou a sua própria audiência, interessada nos debates, programas históricos e opiniões que são emitidas nos programas da emissora, além dos já citados relatos jornalísticos.

Hoje, a GloboNews é um dos canais pagos mais assistidos do Brasil, além de ser o mais visto no segmento de canais por assinatura dedicados exclusivamente às notícias. Apesar do registro de índices de audiência em canais de TV a cabo ser muito recente, podemos dizer que os fatos históricos que se deram a partir dos atentados de 11 de setembro, como as guerras do Afeganistão e Iraque e a chamada “cruzada contra o terror” de George W. Bush, criaram uma curiosidade no público e colocaram as questões internacionais, uma das especialidades da emissora, na pauta dos assuntos principais do dia.

A GloboNews, assim como todas as emissoras *all news* do mundo, é nitidamente inspirada no precursor do noticiário em televisão 24 horas por dia: a CNN. O modelo do canal norte-americano ainda é evidentemente visto em partes da programação, principalmente nos telejornais. Porém, em certos aspectos, a GloboNews se descolou do seu modelo original e precisou criar uma linguagem própria para seus programas. Esta linguagem surgiu de modo natural, por necessidade de se adaptar (e agradar) a audiência com assuntos e formatos adequados ao gosto nacional.

Este trabalho utiliza como fonte livros e textos que falam sobre a linguagem do telejornalismo e sobre a história da produção de jornalismo em TV no país. Estas fontes foram produzidas por autores brasileiros como Antônio Fausto Neto, Vera Íris Paternostro, Dênis de Moraes e Beatriz Becker Rieper; e estrangeiros como Daniel Hallin, Paolo Mancini e Paul H. Weaver, por exemplo.

A GloboNews é uma iniciativa nova, de apenas oito anos de idade. Por isso, durante as pesquisas para a realização deste estudo, tivemos dificuldades em encontrar fontes de pesquisa escrita específicas sobre o tema. As principais fontes sobre o trabalho que a GloboNews tem realizado ao longo deste tempo são fruto de entrevistas realizadas e de pesquisas em com pessoas relacionadas ao canal e que estiveram incluídas na experiência inédita de colocar em prática uma emissora de TV exclusivamente dedicada ao jornalismo no Brasil. Os entrevistados foram Vera Íris Paternostro, chefe de redação da GloboNews; Eduardo Grillo, apresentador de programas e telejornais do canal desde que este foi fundado e editor-chefe do *Em Cima da Hora* da meia-noite; e José Carlos Monteiro, editor de internacional do canal.

Os endereços eletrônicos usados como fonte de pesquisa são aqueles que trazem dados relevantes sobre o objeto de estudo, relacionados às notícias e ao exercício da profissão de jornalista como: *Observatório da Imprensa*, *Master em Jornalismo para Editores*, *Telejornalismo.com* e a própria página da GloboNews na Internet.

Este trabalho se divide em quatro partes. A primeira é dedicada a mostrar o surgimento do modelo que deu origem a GloboNews e todas as outras emissoras de notícias 24 horas no mundo. Mostra o começo da história da CNN, suas coberturas mais marcantes e a prosperidade desta idéia, que levou ao surgimento de outras emissoras. O sucesso do canal de Ted Turner inspirou iniciativas semelhantes em outras partes do mundo que, assim como o canal brasileiro, tiveram que se adaptar às necessidades e gostos de seus públicos locais. Mostramos outras três experiências de canais *all news* em locais completamente diferentes do globo terrestre. Uma é a Fox News, do controvertido empresário Rupert Murdoch, principal rival da CNN na disputa pelo mercado norte-americano. A segunda é a Al Jazeera, emissora que transmite notícias para o mundo árabe e tem obtido destaque na cobertura dos conflitos no Oriente Médio. A última é a BBC News, um canal inglês público que funciona sob a ótica de uma empresa privada.

A segunda parte deste trabalho analisa o cenário de introdução dos canais por assinatura no Brasil, que aconteceu com alguns anos de atraso em relação a outros países. Veremos também a história do telejornalismo no Brasil, o modelo no qual ele se inspirou e como e quais foram as suas alterações desde que a televisão chegou ao país pelas mãos de Assis Chateaubriand, em 1950, até a inauguração do nosso objeto de estudo.

A parte três da monografia narra a história da própria GloboNews. Sua estréia, sua linguagem e sua audiência. Quais são as semelhanças e as diferenças entre a iniciativa brasileira e o modelo criado pelo canal americano? Também falamos sobre o perfil de alguns programas que são exibidos na GloboNews. As experiências e características mais marcantes de cada um deles que, em conjunto, formam a identidade do canal.

A quarta parte dedica-se a um estudo de caso. Iremos analisar uma semana de exibição do principal noticiário da emissora, o *Jornal das Dez*. Apesar de termos afirmado que a influência do modelo CNN é notada principalmente nos telejornais, mostraremos quais são

as semelhanças e diferenças com o canal norte-americano, os traços característicos do jornal-vitrine da emissora, o público-alvo do *Jornal das Dez* e as diferenças entre um telejornal da TV aberta e o que é apresentado no objeto do nosso estudo.

PARTE I – JORNALISMO 24 HORAS

2 – O MODELO *ALL NEWS*: A CNN

A Cable News Network (CNN) foi a precursora do modelo de telejornalismo 24 horas por dia. Podemos dizer que sua história começou bem antes de ser fundada, em 1970, graças a Ted Turner. Ao comprar a SuperStation, uma pequena estação de televisão da cidade de Atlanta, ele começou a investir em duas tecnologias que estavam começando a se desenvolver: a TV a cabo e os satélites de telecomunicações. Esta tecnologia permitia que transmissões regionais se expandissem para todo os EUA.

A partir de meados da década de 70, com o avanço na tecnologia de satélites de comunicação, os sistemas de transmissão, até então regionais, se expandiram rapidamente, incluindo captações de sinais via satélite. Os telespectadores começavam até a receber uma programação especializada: eram os primeiros canais temáticos, como previsão do tempo, movimento das bolsas, eventos culturais. Ao mesmo tempo que a tecnologia permitia o desenvolvimento na distribuição de sinais, o conteúdo da programação partia para conteúdos próprios, peculiares. Era o início da segmentação.¹

Os telespectadores poderiam receber quantos canais quisessem, desde que pagassem por isso. As emissoras se especializavam em certos tipos de transmissão. Era a definitiva difusão da TV por assinatura nos Estados Unidos.

Analisando o mercado, Ted Turner resolveu apostar no jornalismo para tentar quebrar a hegemonia das grandes redes de TV americanas: ABC, CBS e NBC. Em 1980, fundou o primeiro canal de televisão especializado em notícias, que funcionaria 24 horas por dia, sete dias por semana, 365 dias por ano.

Para levar o projeto da CNN adiante, porém, Turner contratou o jornalista Reese Schonfeld, que dirigia um serviço de notícias alternativo. Ele recrutou uma equipe que

¹ PATERNOSTRO, Vera Íris. *O Texto na TV – Manual de Telejornalismo*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999, p.39

combinava veteranos e universitários para trabalhar na sede dos negócios de Turner, em Atlanta. Entre as dificuldades de implantar uma idéia nova, estava a de que os profissionais não sabiam como fazer para terem notícias relevantes o suficiente para serem divulgadas por todo o tempo.

A CNN fez a sua fama graças às grandes coberturas. Poderíamos destacar: o atentado contra Ronald Reagan, em 1982; a explosão do ônibus espacial *Challenger*, em 1987; o massacre da praça da Paz Celestial e a queda do muro de Berlim, em 1989. A idéia deu tão certo que começou a dar frutos. Em setembro de 1985, Turner lançou a CNNI – Cable News Network International, destinada a cobrir o noticiário internacional e ser distribuída para todas as áreas do mundo.

O jornalista Hank Whittemore lançou em 1989 um livro sobre a jornada de sucesso do canal americano “CNN - A história real: como um grupo de sonhadores audaciosos mudou a face do telejornalismo mundial”². Fala da história, das principais dificuldades, das grandes matérias. Como o livro é de 1989, deixa de fora a cobertura que consagrou definitivamente a CNN: a Guerra do Golfo, em 1991. Ela foi a única emissora a transmitir ao vivo, o primeiro bombardeio norte-americano a cidade de Bagdá. Os jornalistas Bernard Shaw e Peter Arnett narraram do quarto do hotel onde estavam hospedados os bombardeios das Forças Aliadas à cidade. Ao longo do conflito, o canal continuou mostrando ao vivo outros ataques. As imagens da CNN eram exclusivas e foram retransmitidas para todas as emissoras de televisão do mundo. As pessoas sabiam que, se ligassem no canal, teriam a melhor cobertura da guerra na TV.

Quando George W. Bush começou a dar os primeiros sinais de que aconteceria um conflito armado no Iraque, a CNN começou a estruturar um elaborado plano de logística para a cobertura da possível guerra. No começo dos confrontos, a CNN possuía um orçamento de US\$35 milhões. O planejamento mostrou-se fundamental, já que as coberturas de guerra são caras e os combates já duram muito mais do que o governo norte-americano esperava. Apesar dos atentados e seqüestros contra estrangeiros, inclusive jornalistas, o canal ainda mantém equipes no Iraque.

A Cable News Network (CNN) faz parte hoje do grupo Time Warner e é líder mundial em veiculação de notícias 24 horas por dia pela televisão. Alcança 700 milhões de pessoas, sendo 73 milhões nos EUA. Em 1998, o número de assinantes aumentou em 20% em relação a 1997. O grupo CNN inclui seis canais a cabo e por satélite – CNN International, CNN en Español, CNN Financial Network, CNN/SI e CNN Headline News – duas emissoras de rádio, oito sites na Internet e o CNN Newsource, serviço de notícias distribuído a 400 canais afiliados e independentes nos EUA, Canadá e Porto Rico.³

A CNN International, que destina sua cobertura aos principais acontecimentos ao redor do mundo, chega a 120 milhões de lares em mais de 200 países, por meio de 15 satélites. A cadeia de emissoras tem quatro subsidiárias locais: CNN EUA, a matriz desta rede; a já citada CNN en Español, a CNN Ásia, a CNN Europa e a CNN América Latina. A CNN/SI oferece cobertura esportiva. A CNN Financial Network divulga informações relacionadas ao mercado financeiro. A CNN Headline News divulga informações atualizadas a cada 30 minutos sobre todos os assuntos.⁴

² <http://www.masteremjornalismo.org.br>, consultado dia 05/09/2004.

³ MORAES, Dênis de. *Planeta Mídia – Tendências da Comunicação na Era Global*. Campo Grande: Letra Livre, 1998, p.43

⁴ Idem, p.44

3 – CNN FAZ ESCOLA

Diante da repercussão do canal de jornalismo 24 horas, surgiram outras experiências relacionadas ao modelo *all news* de telejornalismo criado pelo canal de Ted Turner.

Seria impossível falar de todas as iniciativas de criação de canais de jornalismo em tempo integral ao redor do mundo que surgiram desde o começo do sucesso da CNN. Por isso, para exemplificarmos a difusão deste modelo pelo mundo, escolhemos três exemplos distintos de canais *all news*: a Fox News, emissora norte-americana que é considerada hoje a maior concorrente da CNN; a Al Jazeera, o canal árabe que tem se destacado por tomar a dianteira na cobertura das invasões do Afeganistão e do Iraque; e a BBC News, uma emissora pública a cabo da Inglaterra que funciona como uma empresa privada.

3.1 – FOX NEWS

Atualmente, a Fox News é a maior concorrente da CNN no mercado norte-americano. É de propriedade de Rupert Murdoch e, assim como a CNN, faz parte de um dos maiores conglomerados de comunicação do mundo. A CNN pertence ao grupo Time-Warner e a Fox News, como o próprio nome diz, é parte da Fox Corporation. Abriu o seu espaço no mercado de redes de jornalismo *all news* utilizando-se de mecanismos considerados de ética contraditória por alguns críticos. No seu começo, seu sinal era oferecido gratuitamente aos operadores dos EUA, como uma maneira de popularizar o serviço da emissora. Como faz parte de uma mega corporação, o canal era capaz de suportar prejuízos no início de suas operações. Até hoje, seu sinal é mais barato que o da CNN. Enquanto a emissora de Turner cobra US\$0,60 de cada operador, o canal de Murdoch cobra apenas US\$0,22.⁵

A Convenção Republicana, acontecida no começo de setembro de 2004, foi um marco na história da emissora. Na segunda noite da convenção, a Fox News, que promoveu uma ampla cobertura do evento, registrou o maior índice de audiência desde o seu surgimento, atraindo 5,918 milhões de telespectadores durante o discurso do vice-presidente Dick

Cheney. Dados do Nielsen Media Research afirmam que, no mesmo horário, as grandes redes de TV aberta dos EUA perdiam em número de telespectadores. A NBC teve uma audiência de 4,5 milhões de pessoas, a ABC de 3,3 milhões e a CBS 2,6 milhões.⁶

A cobertura da Convenção Republicana pelas redes de televisão aberta foi muito diferente da oferecida pela Fox News. Os outros canais transmitiram apenas três das quatro noites do evento. A primeira noite foi cortada da programação porque segunda-feira era dia de exibição de jogos do campeonato de futebol americano – os canais são obrigados por contrato a transmitir os jogos - e porque acreditavam que os discursos do segundo dia da convenção eram mais interessantes pois incluíam, além do já citado Dick Cheney, o ator e governador da Califórnia, Arnold Schwarzenegger, e a primeira-dama Laura Bush.⁷ A mesma atenção, naturalmente, não foi dada a Convenção Democrata.

Antes deste evento, a Fox News já era o foco de reclamações dos democratas por terem dado uma exagerada atenção ao grupo de militares da reserva que acusam o candidato John Kerry de ter mentido sobre a sua participação na Guerra do Vietnã, mesmo depois de algumas das afirmações dos veteranos terem se mostrado de conteúdo duvidoso.

O posicionamento da Fox News é considerado evidentemente direitista em relação ao resto da imprensa americana. Apóia amplamente o presidente George W. Bush e é acusada de ter incentivado a Guerra no Iraque, inclusive com Rupert Murdoch celebrando, em Los Angeles, o início dos bombardeios. Recentemente, foi o primeiro veículo de comunicação a declarar a vitória de George W. Bush para um segundo mandato. Fez isso enquanto todos os outros meios guardavam ressalvas em divulgar o nome de um vencedor entre o candidato republicano e John Kerry, com medo de que o fiasco das eleições de 2000 se repetisse.

Um dado que mostra a diferença no perfil do público dos dois canais é que, segundo uma enquête do Centro de Pesquisa Pew realizada em junho de 2004, 35% das pessoas que habitualmente acompanham o noticiário pela Fox News consideram-se conservadoras,

⁵ http://www.videotexto.tv/nh_etica_naoimporta.html, consultado no dia 21/09/2004.

⁶ <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>, consultado no dia 21/09/2004.

⁷ Idem.

enquanto 28% dos que assistem a CNN acreditam que seu posicionamento político seja democrata.⁸

3.2 – AL JAZEERA

Sediada em Doha, no Qatar, é uma das emissoras de televisão mais populares do Oriente Médio. Foi inaugurada em 1996, mas obteve projeção internacional a partir dos atentados terroristas ao World Trade Center em 2001, quando George W. Bush iniciou o que chamou de “cruzada contra o terror”.

O canal ficou popular promovendo um amplo debate sobre as questões políticas da região em seus programas, entrevistando políticos israelitas e árabes de todas as tendências. Mas a maior publicidade para a Al Jazeera ocorreu com a divulgação de declarações de Osama Bin Laden logo após o atentado às torres gêmeas.

Por ser um canal de língua árabe, seus jornalistas tinham uma penetração mais fácil na população dos países do Oriente Médio, o que ajudou a Al Jazeera a conquistar a dianteira na busca por notícias no *front* da ocupação do Afeganistão e do Iraque, tomando a frente de repórteres das grandes redes de comunicação e agências de notícias norte-americanas e européias. A Al Jazeera também foi favorecida por uma casualidade: no Qatar fica o Comando Central das tropas norte-americanas no Oriente Médio. O governo dos Estados Unidos montou no pequeno país um centro de imprensa de US\$1,2 milhão com cenário, ar condicionado e telões. O lugar é o “quartel” do general Tommy Frank, é onde o governo Bush libera informações sobre o conflito e acontecem as entrevistas coletivas. Todas as grandes redes ocidentais tiveram que se mudar para o lugar onde já ficava toda a infraestrutura da Al Jazeera.⁹

Por abrir espaço para declarações de extremistas árabes, a emissora é alvo da ira do governo dos EUA. Em maio deste ano, o Subsecretário de Estado para Democracia e

⁸ <http://br.news.yahoo.com>, consultado dia 21/09/2004.

⁹ <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br>, consultado no dia 25/09/2004.

Direitos Humanos norte-americano, Lorne Cramer, afirmou que a Al Jazeera incitava a violência contra as tropas norte-americanas no Iraque. O canal chegou a ter seu escritório em Bagdá fechado por uma medida assinada pelo primeiro-ministro iraquiano Iyad Allawi acusando o canal de “incitar o ódio e a tensão racial”.¹⁰

Os problemas da Al Jazeera não se resumem a antipatia que o governo Bush e seus aliados nutrem pelo canal. Desde o início do ano, a emissora vem enfrentando a concorrência da Al Arabiya, outro canal de jornalismo 24 horas por dia de língua árabe.

A Al Arabiya é sediada em Dubai, nos Emirados Árabes Unidos. O canal faz parte de um dos maiores grupos de comunicação da região, o Middle East News (MEN), cujo principal acionista é o Rei Fahid, da Arábia Saudita. Apesar da concorrência já ter ganhado um certo espaço, a Al Jazeera ainda não perdeu a liderança.

Para tentar desmistificar a imagem do canal no Ocidente, o financiador do canal, o Emir do Qatar, Sheik Ahmed Ben Khalifa Al Thani, tem planos de lançar um canal via satélite da Al Jazeera em língua inglesa. Para isto, contratou o jornalista Nigel Parsons para gerenciar o projeto.¹¹ O canal árabe possui um serviço de notícias 24 horas na Internet em árabe¹², inglês¹³ e espanhol.¹⁴

3.3 - BBC NEWS

Cada cidadão inglês ou estrangeiro residente na Inglaterra paga anualmente uma taxa de aproximadamente cem libras para ter acesso à programação da BBC. O dinheiro é recolhido pelo governo e é totalmente repassado ao conselho de diretoria da empresa.

Estes recursos são compartilhados entre rádio, TV e Internet.¹⁵ No caso da TV, por se tratar de uma emissora pública, a programação da BBC não conta com intervalos comerciais. A BBC News é um “filhote” da BBC original. Aparentemente, é um canal *all*

¹⁰ <http://www.consciencia.net>, consultado no dia 21/09/2004.

¹¹ <http://www.sapo.pt>, consultado no dia 21/09/2004.

¹² <http://www.aljazeera.net>, consultado dia 23/09/2004.

¹³ <http://english.aljazeera.net>, consultado no dia 23/09/2004.

¹⁴ <http://www.aljazeeraespanol.com>, consultado no dia 23/09/2004.

¹⁵ <http://www.premiocpfdeimprensa.com.br>, consultado no dia 21/09/2004.

news como os outros. Porém, seu funcionamento é diferente da sua matriz e dos canais privados. É transmitida via cabo, como um serviço pago à parte ao da BBC. Também é uma emissora pública, mas com lógica de empresa privada. Possui inserções comerciais e tem como objetivo obter retorno comercial. Todo lucro proveniente da BBC News, assim como o capital recolhido entre os ingleses, também vai para os cofres do conselho de diretoria que gerencia todas as emissoras da empresa. Só que, neste caso, o dinheiro tem destino certo: ele é encaminhado para o fundo que financia os famosos documentários da BBC¹⁶, conhecidos e exibidos internacionalmente pela qualidade.

¹⁶ <http://www.premiocpfldeimprensa.com.br>, consultado no dia 21/09/2004.

PARTE II – AS PRÉ-CONDIÇÕES

4 – UMA BREVE HISTÓRIA DO TELEJORNALISMO NO BRASIL

O primeiro telejornal brasileiro estreou no dia seguinte da inauguração da televisão no país. Chamava-se *Imagens do Dia*, foi ao ar pela primeira vez no dia 19 de setembro de 1950 na TV Tupi de São Paulo. Costumava começar entre nove e meia e dez horas da noite, sem muita preocupação com a pontualidade ou duração de cada edição. Tinha imagens que contavam com uma locução em *off* de estilo radiofônico, como todos os telejornais do início da TV, pois os profissionais que o produziam haviam migrado deste veículo. Algumas notícias nem tinham locução, eram apenas imagens em preto e branco. Naquele tempo ainda não havia surgido o VT e todas as imagens eram gravadas em película. O *Imagens do Dia* teve um curto período de vida, pouco mais de um ano, e foi substituída pelo *Telenotícias Panair*, que também não durou muito tempo.

Naquela época, as empresas compravam os espaços de veiculação na TV e davam nomes de produtos ou da própria empresa aos programas. Além do já citado *Telenotícias Panair*, este também é o caso de um dos programas mais marcantes da história do telejornalismo brasileiro, que migrou do rádio para a televisão: o *Repórter Esso*.

A história do telejornalismo brasileiro se confunde com a história do *Repórter Esso*. O programa surgiu por causa de uma encomenda à agência de propaganda McCann-Erickson. Ele estreou na *Rádio Nacional* do Rio de Janeiro, em agosto de 1941, e era uma cópia do similar existente nos Estados Unidos com 4 emissões diárias. Também foi criado porque a emissora sentiu que era preciso lançar um informativo capaz de realizar uma rápida cobertura dos fatos relacionados à Segunda Guerra Mundial e manter o povo brasileiro informado. No início, o programa não tinha um locutor fixo. Somente no dia 3 de novembro de 1944 o *Repórter Esso* ganha identidade auditiva: a voz de Heron Domingues.

Este primeiro programa de radiojornalismo organizado nos padrões norte-americanos determinava um estilo preciso: as frases nunca deviam ter mais de 20, 30 palavras e cada notícia deveria durar, no máximo, 14 ou 15 segundos. A técnica de escrever uma notícia com objetividade *lead* e

sublead foi importada e incorporada pelos redatores brasileiros. O texto vinha da *United Press*, agência americana instalada no Brasil. Era obrigatório o uso correto da linguagem popular e dizer sempre a procedência da notícia.

O *Repórter Esso* não noticiava suicídios, crimes horrendos e desastres que não fossem fatos de grande repercussão na comunidade. As ameaças de perturbação social também não entravam. Só pessoas muito importantes eram citadas nas campanhas eleitorais. Sempre que falava de um candidato, falava dos outros. Outra regra orientava a distribuição do noticiário e indicava que cada edição deveria conter em média 40% de notícias e informações locais, 40% nacionais e 20% internacionais. Este radiojornal veio impor o primeiro padrão para apresentação e confecção de noticiários no jornalismo eletrônico brasileiro.¹⁷

A versão televisiva do programa de rádio foi lançada em 1952 no Rio de Janeiro e em São Paulo. Foi o primeiro telejornal a esboçar uma linguagem própria para a TV, com texto objetivo e o apresentador sendo enquadrado em plano americano. Entrava no ar às oito horas da noite. A frase de abertura ficou famosa: “Aqui fala o seu *Repórter Esso*, testemunha ocular da história”. Foi um dos programas de maior sucesso na história da TV brasileira. A última edição do *Repórter Esso* foi ao ar no dia 31 de dezembro de 1970.

No começo da década de 1960 surgiu o *videotape*, que viria a revolucionar o modo operacional pelo qual os telejornais eram realizados. Com o VT, tornou-se possível transportar as mesmas imagens para pontos diferentes do país, corrigir e melhorar o acabamento dos programas. O sistema de produção de programas passou a ser centralizado em um só lugar, sem a necessidade de haver vários elencos para uma mesma novela, por exemplo. Assim, brasileiros de várias partes do país puderam ver acontecimentos importantes desta década como a inauguração de Brasília.

Em 1962, estreava o *Jornal de Vanguarda*. era apresentado de segunda a sexta, às 22 horas. Contava com nomes de peso como Millôr Fernandes, Sérgio Porto (o Stanislaw Ponte Preta), João Saldanha e Newton Carlos. Inovava trazendo notícias rápidas dadas com

irreverência. Como contava com jornalistas de renome, não era raro o telejornal trazer algum furo de reportagem. Agradou tanto que impressionou o professor americano Marshall McLuhan e ganhou, em 1963, o Prêmio Ondas de melhor telejornal do mundo, na Espanha. O jornal televisivo estreou na TV Excelsior e passou a ser exibido, ao longo de sua existência, pelas TVs Tupi, Globo, Continental e Rio. Foi retirado do ar em 1968, graças ao Ato Institucional nº5.

A mesma tentativa de alcançar um estilo próprio pode ser notada no *Show de Notícias*, da TV Excelsior de São Paulo, que durou menos tempo no ar que o *Jornal de Vanguarda*: apenas um ano.

No final da década de 1960, mais uma transformação: foi ao ar o primeiro telejornal em rede do país. O *Jornal Nacional* estreou, dia 1º de setembro de 1969, sendo gerado da sede da TV Globo, no Rio de Janeiro, para várias emissoras em vários pontos do Brasil. A tecnologia utilizada pelo *Jornal Nacional* era um sistema da Embratel que associava a emissão por microondas e via satélite.

Criado por uma equipe comandada pelo jornalista Armando Nogueira, estreou em 1º de setembro de 1969 e é o mais antigo telejornal no ar. Foi o primeiro a apresentar reportagens em cores; o primeiro a mostrar imagens, via satélite, de acontecimentos internacionais no mesmo instante em que eles ocorriam. O estilo de linguagem e narrativa e a figura do repórter de vídeo tinham os telejornais americanos como modelo. Implantando os avanços tecnológicos e modificando sua linha editorial de acordo com as circunstâncias, mantém, ainda hoje, a liderança de audiência.¹⁸

No dia da estréia do *Jornal Nacional*, o general Costa e Silva havia sido afastado da presidência da república por problemas médicos e uma Junta Militar havia assumido o controle do governo. Por medo de um caos no poder executivo, a vida financeira do país ficou paralisada. Após a apresentação de Cid Moreira e Hilton Gomes, o primeiro VT que o *Jornal Nacional* colocou no ar para todo o país continha uma fala de Delfim Neto, então

¹⁷ RIEPER, Beatriz Becker. *Telejornalismo no Brasil: Os impactos na sociedade, as transformações de linguagem e técnica, uma abordagem teórica e prática*. Rio de Janeiro: Depto. Técnicas de Comunicação ECO – UFRJ, 1997. p. 12

¹⁸ PATERNOSTRO, Op. Cit., p.36

Ministro da Fazenda, que havia sido o primeiro a despachar com os novos “comandantes” do governo, tranqüilizando a nação. O *Jornal Nacional* desenvolveu a linguagem que era aplicada aos jornais da TV até então. O programa passou a ser o padrão do telejornalismo brasileiro.

Começam os anos 1970 e estréia, nas noites de domingo da Globo, um programa que era metade entretenimento, metade informação. Era o *Fantástico* que, como *slogan*, se definia como “o show da vida”.

Em 1972, em uma data determinada pelo governo militar, a TV em cores estréia no Brasil. Os telejornais já haviam se consolidado como produtos de credibilidade e uma boa aposta para novos investimentos nas faixas de horário em que os espectadores não mantinham sua atenção na telinha.

Ao meio-dia, quando o índice de aparelhos desligados era elevado, o Jornal Hoje, dedicado em grande parte à divulgação de acontecimentos na área cultural, pode realizar com criatividade um trabalho inédito de pesquisa visual e debates normalmente rejeitados no vídeo. Foi talvez o único informativo da emissora a aproveitar os novos recursos tecnológicos, sem descuidar do conteúdo. Mas era no horário das 11 da noite, quando pesquisas do IBOPE indicavam um público ainda mais reduzido, que os jornalistas da Globo procuraram exibir programas com mais informação e qualidade. Foram feitas inúmeras tentativas e o grande marco da noite foi o nascimento do Globo Repórter, originário da série Globo Shell, que ia ao ar às sextas-feiras. O Globo Repórter conseguiu passar muitas informações boicotadas nos outros telejornais e os enlatados estrangeiros foram substituídos por documentários brasileiros neste horário.¹⁹

Os documentários do *Globo Repórter* eram produzidos por nomes que estavam prestes a se consagrar ou já eram conhecidos de parte do público, como Eduardo Coutinho.

Durante o horário matutino, quando parte do público se prepara para ir trabalhar, o telejornal assumiu a forma de prestação de serviço. A primeira experiência foi o *Bom Dia São Paulo*, em 1977, que ia ao ar na TV Globo paulista de segunda a sexta, às 7 da manhã. Utilizava pela primeira vez no noticiário diário as unidades portáteis de jornalismo, que permitiam que repórteres entrassem ao vivo de vários pontos da cidade, transmitindo

¹⁹ RIEPER, Op. Cit., p.49

informações. O jornal tinha características comunitárias. Pouco tempo depois, as outras praças implantaram o modelo deste telejornal de maneira regionalizada.

Quando este modelo de noticiário matutino já havia ganhado espaço, a Rede Globo lançou o *Bom Dia Brasil* em 1983. Inicialmente, o jornal era apresentado de Brasília e priorizava os assuntos políticos e econômicos do centro do poder do país. Passou por uma reformulação e hoje ele é gerado do Rio de Janeiro, com blocos gerados de São Paulo e da capital federal. Além dos assuntos tradicionais, conta com colunas de culinária, turismo, moda e arte.

No dia 4 de setembro de 1988, entrava no ar pela primeira vez um noticiário brasileiro que trazia a figura do âncora – apresentador e editor-chefe. Este papel coube ao experiente jornalista Bóris Casoy, que emitia opiniões pessoais após a exibição das matérias no *TJ Brasil*, exibido pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). O formato fez sucesso e o telejornal alavancou a programação do canal. Até 1997, o *TJ Brasil* foi uma das maiores verbas publicitárias do canal, quando Bóris Casoy e boa parte de sua equipe se transferiram para a Rede Record.

O início da década de 1990 continuou a ser marcado por investimentos na área do jornalismo do SBT. Em 1991, o canal lançou um telejornal com a intenção de conquistar a audiência das classes C, D e E, que não se identificavam com o estilo elitista e sóbrio de Bóris Casoy. Era o *Aqui Agora*, inspirado em um programa argentino, o *Nuevodiário*. O programa traz para a TV algumas vozes conhecidas dos programas policiais do rádio, como Gil Gomes. O sensacionalismo agradou a audiência e inaugurou uma maneira diferente de relatar os acontecimentos em relação àquela que usa a edição de imagens em uma linguagem fragmentada: a narrativa se assemelhou a uma transmissão ao vivo, quase sem cortes. A câmera parecia “perseguir” a história. Porém, ao longo do tempo, a credibilidade do programa passou a ser bastante questionada, e o SBT se viu obrigado a retirar o programa do ar em 1997. Mesmo assim, o *Aqui Agora* deixou marcas na televisão brasileira, o que é perceptível pelo número de similares do programa que existem nas grades de programação das emissoras até hoje.

Em 17 de fevereiro de 1997, a Bandeirantes também procurou renovar a parte da sua programação relacionada ao jornalismo. O *Jornal da Band* foi renovado com a presença de Paulo Henrique Amorim, que assume a posição de âncora. Mesmo com a saída de Amorim em 1999, o telejornal continuou a apostar no jornalismo com nomes que traz da TV Globo. Marcos Hummel, Carlos Nascimento e Joelmir Beting são exemplos de nomes que a Bandeirantes contratou com o objetivo de aumentar a audiência.

A segunda metade da década de 1990 também foi marcada pelas primeiras tentativas de telejornalismo em TV por assinatura. Fazem parte destas iniciativas a GloboNews, em 1996, o objeto de nosso estudo cuja história veremos de modo mais detalhado na Parte III deste trabalho.

5 – A TV A CABO NO BRASIL

O Brasil começou tarde na distribuição de canais pagos, se levarmos em consideração que países vizinhos como Argentina, Colômbia e Bolívia já operavam este serviço há alguns anos.

Porém, foi justamente o fato de ter demorado tanto para surgir que fez com que o segmento de TVs por assinatura parecesse ser um investimento reconhecidamente bem sucedido, já que havia dado certo em várias partes do mundo. Assim, as grandes empresas de comunicação brasileiras sentiram-se estimuladas a participar deste “novo negócio”.

Neste começo, podemos destacar a Key TV, que transmitia as corridas de cavalo dos Jockey Clubes do Rio de Janeiro e de São Paulo para casas de apostas.

Mas o marco zero das TVs por assinatura no Brasil é considerado a estréia do Canal Plus, do empresário Mathias Machline, em março de 1989. Oferecia uma programação composta pela ESPN, pela CNN, pela RAI e pela MTV. Um ano depois o canal foi comprado pelo Grupo Abril, e passou a se chamar TVA (TV Abril) que, ao longo do tempo, foi incluindo mais atrações em sua programação de canais.²⁰

A TVA era uma distribuidora de canais estrangeiros de sucesso comprovado para o Brasil. Seu sinal era transmitido pelo sistema de microondas (*MMDS – Multichannel Multipoint Distribution Service*).

Os primeiros investimentos de peso neste setor começaram a aparecer com a abertura das comunicações no Brasil. Este processo começou, formalmente, com a Lei 8.977/95, que enquadrou a TV paga a cabo como telecomunicações e não radiodifusão. Liberou as empresas para o capital estrangeiro no limite de 49%, para que a maior parte na participação destas empresas fosse brasileira. Foi a deixa para a entrada de programação estrangeira no país em associação com empresas nacionais.²¹

- Coincidindo com o início da desregulamentação e da desestatização, as novas tecnologias impulsionaram o

²⁰ PATERNOSTRO, Op.Cit., p.42

²¹ MORAES, Op.Cit., p.109.

crescimento das comunicações na América Latina, particularmente entre 1987 e 1991. Os impactos sucederam-se em gradações diversas, de país para país: o aumento considerável do número de emissoras de televisão; lançamento de satélites domésticos; disseminação das antenas parabólicas; funcionamento de emissoras de TV em UHF; implantação e inserção nas redes mundiais de transmissão de dados; introdução da televisão por assinatura (a cabo, por satélite e microondas); formação de redes regionais de TV e importação de equipamentos de telecomunicações e radiodifusão. O barateamento do uso de satélites e o aumento de demanda por parte das cadeias de TV alargaram o mercado para os centros de produção norte-americanos. Em 1991, os EUA respondiam por 77% da programação das TVs latino-americanas, exportando 150 mil horas de filmes, seriados, desenhos animados, esportes e variedades.²²

Mas, antes disso, empresas estrangeiras já investiam no país. Tanto que a programação em TV por assinatura sempre teve como uma de suas marcas a distribuição e exibição no Brasil de programas estrangeiros, principalmente norte-americanos. Por brechas na legislação como esta que o Grupo Abril, por exemplo, conseguiu passar a transmitir no país a MTV Brasil.

O conteúdo da MTV, em seu início, era composto quase que totalmente por videocliques que eram exibidos na matriz dos EUA. Os cliques nacionais eram poucos. A regionalização do canal aconteceu aos poucos, desde a segunda metade da década de 90.

A emissora operava no país em UHF desde o fim de 1989, em uma *joint venture* entre o Grupo Abril e a *MTV Networks – holding* controladora da marca *Music Television* em todo o mundo. Funcionava como um departamento da Abril até 1996. Depois, a MTV Networks sugeriu que se separasse a programação da emissora em uma empresa distinta. A Abril continuou concessionária do canal e criou uma empresa, a MTV Brasil Ltda., que passou a assumir a programação, as inserções publicitárias e a administração financeira. A Abril Participações S/A possui 50% das ações da MTV Brasil Ltda. e a Viasem Brasil Holdings S/A, subsidiária da Viacom – dona da MTV – os outros 50%. Portanto, quebrando a

²² MORAES, Op.Cit., p.65.

participação exigida em lei de 49%. Posteriormente, duas portarias do Ministério das Comunicações regulamentaram a participação de firmas estrangeiras em TV por satélite e via microondas (MMDS).²³

A programação dos primeiros canais por assinatura era composta principalmente pelos chamados “enlatados”, programas de origem norte-americana dublados (ou às vezes nem isso) para o português. Pouco tempo depois, o maior grupo de comunicação do país, as Organizações Globo, começaram a disputar uma fatia deste mercado que parecia tão promissor. Em 10 de novembro de 1991, surgiu a GloboSat, programadora e operadora das Organizações Globo, em São Paulo e no Rio de Janeiro. ao mesmo tempo em que programava os seus canais, distribuía, instalava e vendia. Uma das novidades da GloboSat era que seu sinal era recebido diretamente do satélite Brasilsat II, através de grandes antenas parabólicas, instaladas em prédios e condomínios, que já captavam o sinal das redes abertas e garantiam excelente qualidade de som e imagem. Naquela época já havia uma milhão e meio de parabólicas instaladas no Brasil.²⁴ Em 1993, a Globosat passou a concentrar suas atividades apenas na programação. A distribuição ficou a cargo da Net Brasil.

A Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA), reviu o número de assinantes de TV paga. O número de contratantes do serviços, que estava projetado para seis milhões até 2002, ficou em cinco milhões. Até 1998, haviam sido investidos no Brasil US\$ 2,3 bilhões em televisão por assinatura, mas foram recuperados US\$ 1,5 bilhão. A expansão da TV por assinatura no país não aconteceu como esperado por causa dos custos para adquirir o serviço. A aposta do setor é aumentar a quantidade de assinantes com miniparabólicas, pois os preços dos kits formados por antenas e decodificadores de sinal vêm caindo e as operadoras substituíram os sistemas de transmissão analógica por digital.²⁵

Qual o resultado da aplicação de novas tecnologias na difusão da TV por assinatura? De acordo com Beatriz Becker, este é um caminho que leva à segmentação do público e à valorização dos pequenos grupos, que não tinham força suficiente para ter voz em meio aos

²³ Idem.

²⁴ PATERNOSTRO, Op.Cit., p.42

veículos de mídia convencionais, que se reportam a uma grande massa de pessoas, não havendo espaço para pequenas manifestações.

- As novas tecnologias de distribuição das mensagens televisuais, ao mesmo tempo que contribuem para a globalização da informação, promovem a segmentação, valorizam as opiniões e a maneira de pensar de pequenos grupos, minorias antes ignoradas na mídia. A uniformização e a massificação, características dos sistemas de mídia convencionais, cedem lugar a diversificação, a pluralidade e a multiplicação de fontes de informação. E também modificam a maneira de se produzir e se pensar o telejornalismo.²⁶

Hoje, a TV por assinatura destaca-se como pólo de veiculação para mercados segmentados. A programação reformula-se pela necessidade de que estes canais demonstrem personalidade própria e conteúdo diferenciado. E assim, atraíam anunciantes.

²⁵ MORAES, Op.Cit., p.112.

²⁶ RIEPER, Op.Cit., p. 43

PARTE III – A GLOBONEWS E SEUS PRINCIPAIS PROGRAMAS

6 – GLOBONEWS: O PRIMEIRO CANAL *ALL NEWS* DO PAÍS

Com a expansão dos canais a cabo no Brasil, as Organizações Globo começaram a diversificar o seu serviço de canais por assinatura. A Globosat, no início da década de 1990, trabalhava com quatro canais próprios: GNT (Globo News Television), o Top Sport (que em 1994 passou a se chamar Sportv), o Multishow e o Telecine. Além destes, a Globosat também distribuía canais internacionais, como a CNN.

A possibilidade da criação de um canal que oferecesse um serviço de notícias 24 horas passou a ser cogitada após a Guerra do Golfo, quando a CNN realizou o que talvez seja a mais famosa cobertura jornalística de sua história. Todos os canais de TV pelo mundo que dessem informações sobre o conflito, usavam informações e imagens da emissora de Ted Turner. A guerra, pela primeira vez, entrava ao vivo na casa de quem possuía a assinatura do canal e também daqueles que não possuíam, com as reproduções que os telejornais faziam de certos trechos de bombardeios e de relatos dos repórteres da rede norte-americana, como Peter Arnett.

A idéia de um canal exclusivamente de notícias brasileiro mostrou-se uma boa idéia de negócio para ampliar a rede Globosat. Passou-se a decidir como este canal se tornaria viável. Participaram das decisões acerca deste novo canal nomes de peso, como o então comandante da criação e produção da TV Globo, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni; Evandro Carlos de Andrade, diretor da Central Globo de Jornalismo (CGJ) na época; Alice-Maria, que é a diretora da GloboNews até hoje; e Letícia Muhana, diretora do GNT, e outros nomes de destaque no jornalismo do canal como Mônica Labarte e Vera Íris Paternostro.

Duas principais decisões tornaram este canal de notícias uma possibilidade real. A primeira é que, como a GNT já trabalhava com jornalismo, era necessário abrir uma brecha para a possibilidade de implantação de um canal *all news*. Decidiu-se que a GNT diminuiria o noticiário que dava de hora em hora para que o canal a ser criado se fortalecesse no espaço para o jornalismo que estava sendo aberto ali. A segunda era que

esta nova emissora estaria ligada à Central Globo de Jornalismo, e não aos canais Globosat. Assim, poderia aproveitar a estrutura e os profissionais que já trabalhavam ali, e o canal se tornaria financeiramente viável.²⁷

Os trabalhos para colocar a GloboNews em prática começaram no final de 1995, começo de 1996. Com o projeto quase pronto para ir ao ar, foram realizadas duas semanas de experiências piloto, para testar a grade de programação e as condições técnicas para que o canal entrasse no ar.

Uma pesquisa sobre os hábitos do público de TV a cabo no país foi decisiva para apontar o perfil do novo canal. Em maio de 1996, seis meses antes da estréia da GloboNews, chegou às mãos dos executivos das Organizações Globo o resultado da enquete encomendada ao Instituto Datafolha. O título da pesquisa era ‘Hábito de assistir TV e telejornais’.

Durante uma semana, técnicos do instituto consultaram, pelo telefone, 3.636 assinantes do sistema Net, residentes no Rio de Janeiro e São Paulo, com doze anos ou mais. A partir destas consultas, o instituto chegou a alguns dados interessantes:

1) 76% dos assinantes eram da classe sócio-econômica A e 22% eram da classe B. apenas 2% eram da classe C. Ou seja: o público da TV a cabo era bem informado e precisava de mais informações para tomar decisões em seu dia-a-dia.

2) Entre os programas de maior sucesso entre os assinantes da Net-Brasil, seis atrações jornalísticas mereciam destaque: “60 minutes”, do GNT; “Noticiero”, da CNN; “24 heures”, do GNT; “Business Day”, da CNN; “Money Life”, também da CNN e “O Mundo Hoje”, do GNT. Ou seja: o público estava interessado em documentários e noticiários, e dava valor a notícias internacionais e econômicas.

3) A faixa horária preferida pelo assinante da TV a cabo é o horário nobre das 20h às 22h (74% da preferência), como nas televisões de sinal aberto. Mas há uma diferença: o público segmentado, das classes A e B, podem acordar mais tarde e, portanto, também mantém o

²⁷ Até hoje, a GloboNews é um departamento da CGJ.

televisor ligado depois das 22h (um horário valorizado como o ideal para 61% dos assinantes consultados).²⁸

A grade de programação tinha como base os programas da CNN. Eram apresentados intercaladamente telejornais e programas jornalísticos.

A GloboNews, primeiro canal de TV *all news* do Brasil, entrou no ar pela primeira vez no dia 15 de outubro de 1996, às oito e meia da noite. A estréia foi marcada por um programa especial que dava uma pequena amostra das principais atrações que a emissora passaria a exibir a partir daquele dia. A entrada da GloboNews no cenário do jornalismo brasileiro simbolizou a abertura de um nicho de mercado que ainda não havia sido explorado no Brasil. Assim como na CNN, a proposta era a de unir o trabalho de profissionais reconhecidos ao de recém-formados.

Assim como a CNN, a GloboNews contou com certas dificuldades para produzir noticiários 24 horas por dia. A idéia inicial era montar telejornais que eram atualizados com as matérias do jornalismo da TV Globo. Porém, como a diferença de horário entre um telejornal e outro é grande, os noticiários do canal ficavam desatualizados. Este problema durou os primeiros dois anos. Desta forma, a necessidade de haver uma produção própria nos telejornais se tornou evidente. Os investimentos nos telejornais passaram a ser nos três assuntos que mais interessavam os assinantes do canal: política, economia e internacional. A GloboNews começava a ganhar identidade própria.

6.1 – A LINGUAGEM

Este tópico se propõe a analisar e mostrar alguns traços da linguagem em telejornalismo que é utilizada pela GloboNews. As semelhanças e diferenças entre o modo de expressão da emissora brasileira e da CNN, o canal norte-americano que criou o conceito de telejornalismo 24 horas por dia.

²⁸ CARTAXO, Teresa. *GloboNews – 24 horas de informação*. Rio de Janeiro: Escola de Comunicação – UFRJ, 1999. p.6 - 7.

Antes de mais nada, vale dizer que a mídia, e neste caso, o telejornal, é o campo responsável pelo processo de produção de ideais e referências do real nas mais diversas formas de conhecimento como: política, economia, cultura, esporte etc. É o cenário onde os atores sociais são apresentados, diferenciados e travam suas batalhas segundo a inteligibilidade necessária para que os espectadores compreendam as questões contemporâneas. Assim, poderíamos dizer que o telejornal é o espaço de cerimonialização da sociedade atual. Lá os fatos importantes são tematizados, hierarquizados e agendados.

No texto “Telejornais e a produção da política: estratégias discursivas e as eleições presidenciais de 1994”, Antônio Fausto Neto fala sobre como os telejornais relacionam os vários agentes sociais em sua linguagem e os ofertam aos telespectadores:

Poderíamos mesmo dizer que o telejornal não tem apenas o poder de falar, mas também a competência de semantizar a política, segundo maneiras de ofertá-la intrínsecas aos “contratos de leitura” que norteiam a estratégia de cada um deles. Para tanto é bom lembrar que se o telejornal é plural no sentido de mobilizar, permitir e fazer falar várias vozes no interior do seu enquadramento é, ao mesmo tempo, um dispositivo singular porque unifica estas polifonias a um lugar de articulação que faz com que o sentido não derive e, assim, se constitua segundo o regime de produção no qual o próprio telejornal se instaura.²⁹

No texto “Falando do presidente: a estrutura política e a forma representacional nas notícias dos Estados Unidos e da Itália”, Daniel C. Hallin e Paolo Mancini realizam uma análise da linguagem utilizada pelos telejornais dos dois países. Antes de mais nada, esclarecem que a função da linguagem do jornal, independente de qualquer diferença territorial ou de veículo pelo qual se faça jornalismo, tem como objetivo oferecer uma representação de um acontecimento social de interesse público para o resto da comunidade.

Os *media* não estão afastados dos processos sociais refletidos no conteúdo das notícias tal como a linguagem está

²⁹ FAUSTO NETO, Antônio. “Telejornais e a produção da política: estratégias discursivas e as eleições presidenciais de 1994”. In: *O Jornal – Da forma ao sentido*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002. p.501.

embutida nas “formas de vida” em que nós a usamos, constituída por e ajudando a constituir estas formas, os media são uma parte integral da vida social e política. A sua função, como nós a compreendemos nas sociedades modernas liberais, é principalmente fornecer uma representação viva, dia após dia, da vida da comunidade. Mas como eles fazem isto, a forma de representação que eles empregam varia bastante, moldada pela estrutura dos vários processos políticos e sociais que eles tentam de um modo ou de outro “refletir” e pelo seu próprio papel nestes processos. E há toda a razão para acreditar que estas formas de representação, por sua vez, afetam profundamente a conduta da política e o caráter da interação social.³⁰

O modelo de telejornalismo no qual a GloboNews se enquadra é semelhante ao modelo norte-americano lançado pela CNN. Nota-se que há uma ênfase na cobertura de política internacional, principalmente em períodos de guerra.

Assim como no telejornalismo da CNN, o noticiário político é centrado na figura do presidente da República e pelos ocupantes dos principais cargos administrativos dos três poderes. É centrado nas ações dos indivíduos que tem poder de decisão, e não nas instituições de uma forma geral. Isto é explicável, apesar das diferenças na cultura política brasileira e norte-americana. Ambos os países são repúblicas presidencialistas, mas os EUA contam com dois partidos políticos bem polarizados – Republicano e Democrata; enquanto o Brasil possui múltiplas legendas partidárias, muitas vezes sem uma identidade política muito determinada. Porém, nos dois casos, os cidadãos que compõem estes partidos dificilmente conseguem atuar politicamente de maneira concisa, sem dissidências.

Com a exceção de matérias especiais, podemos também dizer que a linguagem aplicada nos telejornais da GloboNews dificilmente utiliza-se da primeira pessoa do singular. Isto acontece para tentar reforçar a idéia de jornalismo com isenção, onde o repórter é um mero observador externo, que não possui nenhuma forma de atuação no que está sendo relatado.

³⁰ HALLIN, Daniel C. e MANCINI, Paolo. “Falando do presidente: a estrutura política e a forma representacional nas notícias dos Estados Unidos e da Itália”. In: *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja, 1993. p.307

Esta linguagem serve para deixar claro que ele está ali apenas para registrar e transmitir a mensagem.

Também há no telejornalismo dos dois países uma forte presença dos relatos das experiências das pessoas “comuns”. A narração destas experiências e problemas pessoais de populares são usadas como exemplo para dar o ponto de partida em discussões maiores de interesse público.³¹

O modelo do qual os telejornais da GloboNews costumam se utilizar é o que poderíamos finalmente definir, ainda segundo Antônio Fausto Neto, de descritivo e de testemunhalidade. Este discurso é caracterizado principalmente pela distância na narração dos fatos. Esta distância já foi observada quando falamos sobre a não-utilização da primeira pessoa do singular.

O formato do discurso nas matérias factuais é prioritariamente indireto, através do qual mantêm-se distância do fato que está sendo noticiado. Isto significa que, não apenas fazer um recorte do que foi dito, o repórter “usa um modelo de articular tal fala com a enunciação de forma que se produza como efeito de sentido a sensação de que o jornalista é apenas um observador atento que registra fatos, faz desfilar a política – e as opiniões dos seus atores”.³²

As declarações de fontes que ratificam as informações que estão sendo faladas por meio da voz do repórter são uma maneira de garantir a credibilidade e irrefutabilidade do texto. Sobre este traço na construção do texto televisivo, Becker diz: “Toda a construção do texto jornalístico está montada numa lógica própria, voltada para criar o efeito de verossimilhança, também chamado por alguns autores de efeito de verdade, inclusive com a citação de fontes e testemunhas no texto verbal e a utilização de gráficos, mapas e outros recursos na imagem para garantir a precisão da notícia”.³³

No ensaio “As notícias de jornal e as notícias de televisão”, Paul H. Weaver analisa as semelhanças e diferenças entre a linguagem do jornalismo escrito e televisivo. Do seu texto

³¹ FAUSTO NETO, Op. Cit., p.507

³² Idem. p.508

³³ RIEPER, Op. Cit., p.68

podemos retirar mais uma característica não só dos noticiários da GloboNews, mas do telejornalismo em geral: o conteúdo do jornal forma um todo unificado, com o objetivo de manter o interesse do telespectador ao longo de toda a exibição. Existe um tempo pré-determinado de exposição dos acontecimentos. Assim, quem assiste o jornal não possui a chance de escolher quais são as reportagens que o interessa particularmente, como em um jornal escrito e em noticiários da Internet.

Sendo organizado no tempo, Não pode tão facilmente apresentar notícias *à la carte*: para fazer o *scan* de todas as possíveis “estórias”, o telespectador teria primeiro de vê-las todas integralmente antes de escolher quais visionar – o que é um absurdo. O noticiário televisivo é assim uma *table d’hôte*, uma coleção de “estórias” selecionadas e organizadas de modo a serem vistas integralmente por todo o espectador, sem reduzir o tamanho ou interesse da audiência à medida que o programa prossegue. O resultado é que o noticiário televisivo contém muito menos “estórias”, e as que existem são cuidadosamente escolhidas devido ao seu interesse e equilíbrio e são apresentadas como um pacote relativamente coerente e integrado.³⁴

Apesar de ter um tempo pré-determinado, o telejornal possui seções bem definidas como: política, economia e esportes, que é evidente nos telejornais da GloboNews, pois estas áreas são separadas por tarjas ao longo da exibição do programa. Quando enumera os princípios da linguagem do telejornal, e particularmente o princípio de Timing, Beatriz Becker defende a idéia de que, durante o tempo curto do jornal em televisão, o telespectador está sujeito a uma pressão da emissão e a inviabilidade de poder voltar atrás e ver novamente o que foi dito pode gerar uma compreensão distorcida da realidade.

O tempo curto promove um convite para passear pelo mundo através de um processo simulado. Este aspeto surge num esquema de hierarquização dos acontecimentos, ao nível semântico. O leitor de jornais tem a liberdade de determinar seu próprio itinerário através

³⁴ WEAVER, Paul H. “As notícias de jornal e as notícias de televisão”. In: *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja, 1993. p. 297

do texto impresso; o telespectador, porém, é obrigado a seguir uma seqüência pré-determinada. Os telejornais observados são constituídos através de secções, a exemplo do que ocorre em jornais impressos. Mas, o telejornal estabelece uma classificação ainda mais autoritária porque, com exceção do “replay”, não há possibilidade de retorno: o telespectador está o tempo todo submetido a uma pressão da emissão. E a inviabilidade do telespectador voltar atrás e rever o que já foi dito, pode contribuir para uma compreensão imperfeita e distorcida das notícias por parte do telespectador médio. Porém, vale destacar que há matérias nos telejornais sem preocupação com a brevidade ou a fragmentação.³⁵

Quando desenvolve a idéia de outro princípio enunciativo do telejornal, a fragmentação, Becker afirma que a linguagem da televisão é fragmentada por natureza e no telejornal isto é observado de forma mais evidente. É a síntese discursiva do telejornal, por meio de uma fragmentação do real. Ainda segundo ela, as notícias são apresentadas sob a forma de um mosaico, muitas vezes desvinculadas, não fornecem ao telespectador a oportunidade de realizar interligações indispensáveis para a correta compreensão dos problemas sociais.³⁶

Paul H. Weaver afirma que esta linguagem fragmentada não é construída para ser lida na sua totalidade, porque tanto quanto falamos de cada reportagem quanto nos referimos ao telejornal de uma maneira geral, eles só adquirem inteligibilidade quando são vistos em sua totalidade.

- Ao contrário da notícia de jornal, que não é concebida para ser lida em sua totalidade,³⁷ Embora adquirindo inteligibilidade, a notícia de televisão é concebida para ser completamente inteligível quando visionada na sua totalidade. O seu foco é, pois um tema que perpassa a ‘estória’ e que se desenvolva à medida que a “estória” se desenrola do início até o meio e do meio até o fim. Seleccionam-se e organizam-se informações, narrativas, som e

³⁵ RIEPER, Op.Cit., p.65.

³⁶ Idem, p.62.

³⁷ Nota: quando Paul H. Weaver afirma que a notícia de jornal não é concebida para ser lida em sua totalidade, o autor se refere a possibilidade de que o leitor pode escolher, ao longo da edição, quais são as matérias sobre as quais deseja saber mais e se informar somente sobre seus interesses.

imagens para ilustrar o tema e fornecer o necessário desenvolvimento.³⁸

A influência do modelo original da CNN é observável principalmente nos telejornais. Mesmo assim, a utilização de conteúdos sobre a realidade brasileira ou como o Brasil vê questões internacionais faz com que a GloboNews, apesar de ainda beber muito da fonte do modelo que o canal norte-americano criou, tenha uma identidade própria.

Esta identidade fica evidente em programas como o *Via Brasil* (esta questão está mais detalhada no capítulo seguinte).

6.2 – ALGUMAS COBERTURAS

A capacidade da GloboNews foi testada logo após a estréia. No dia 30 de outubro de 1996, um Fokker 100 da TAM caiu nas proximidades do Aeroporto de Guarulhos, causando 99 mortes. A programação normal foi abandonada por quase todo o dia para uma transmissão direta sobre o acidente.

Este foi o grande teste para os profissionais e para a estrutura que havia sido montada para a GloboNews. Era a primeira vez que a grade normal de programação era abandonada para que a cobertura de um fato ocupasse integralmente o canal. E isso aconteceu apenas 15 dias depois da estréia.

A primeira cobertura de grande impacto da GloboNews foi nos primeiros 15 dias de funcionamento, a queda do Fokker 100 da TAM. Nos pegou de surpresa, porque a gente não tinha idéia do que fazer quando aconteceu. A gente mal estava conseguindo colocar os jornais no ar, a grade. Era uma batalha para fazer isso funcionar. Porque fazer piloto é uma coisa. Para colocar no ar, a coisa muda. E caiu o avião da TAM. A gente usou todos os recursos que a TV Globo tinha e foi a primeira vez que a gente mudou a grade, alterou a grade em nome da notícia. Foi o grande momento, este 31 de outubro. A gente abandonou programas, a grade de repetição, e ficou algumas horas no ar com o suporte e os

³⁸ WEAVER, Op.Cit., p.299.

repórteres da rede. Foi o Carlos Nascimento que nos ajudou naquela época, se não me engano. Este foi o marco inicial porque foi inesperado.³⁹

A possibilidade de abandonar a qualquer momento as regras impostas pela grade de programação em nome do jornalismo dá a possibilidade de uma cobertura mais abrangente de certos episódios, como o caso do ônibus 174. Enquanto a TV Globo em canal aberto continuava a exibir a programação normal, cobrindo o caso com *flashes* durante os intervalos, a GloboNews interrompeu a apresentação de seus programas para permanecer em tempo integral na cobertura do ocorrido.

No caso da morte da princesa Diana, a GloboNews deu a notícia do acidente de carro no *Em Cima da Hora* das 21 horas do dia 30 de agosto de 1997. A informação era de que Diana havia sofrido um grave acidente de carro nas ruas de Paris e que uma pessoa havia morrido. A GloboNews deu esta informação antes da TV Globo.

A partir daí, a GloboNews deu vários boletins repetindo a notícia para os assinantes que haviam ligado a televisão naquele momento e acrescentando novas informações. À meia-noite e quarenta e sete minutos, a TV Globo e a GloboNews anunciaram, ao mesmo tempo, o falecimento de Diana.

A programação normal foi cancelada para transmitir, o tempo todo, ao vivo, com imagens das agências internacionais, os noticiários sobre a tragédia. Os editores faziam matérias sobre a vida da princesa, sobre outros acidentes, tragédias semelhantes, sobre as repercussões no mundo, a tristeza dos britânicos, os detalhes do acidente, o começo das investigações, enfim, uma série de matérias para compor os jornais. Novas informações e novas imagens chegavam a todo instante pelas agências de notícias, e imediatamente eram colocadas no ar. O objetivo era manter o assinante bem informado sobre tudo o que estava acontecendo em relação à morte de Diana, durante toda a madrugada.⁴⁰

A cobertura da morte de Lady Di é vista como um marco, quando a GloboNews passou a ser vista como um canal de ponta na busca por informações e fonte segura para quem quisesse saber mais sobre os fatos do momento, assinantes ou até redações concorrentes.

³⁹ Vera Íris Paternostro, em entrevista concedida no dia 03/11/2004 (Anexo I).

⁴⁰ PATERNOSTRO, Op.Cit., p.49

A estrutura das coberturas da GloboNews se faz de acordo com a demanda que os acontecimentos exigem. Um outro caso que colocou à prova a capacidade de improvisação da equipe da GloboNews foi o incêndio que aconteceu no dia 13 de fevereiro de 1998 no Aeroporto Santos Dumont, no Centro do Rio de Janeiro.

A estrutura da GloboNews se faz em cima do acontecimento. Porque, por exemplo, eu lembro de um outro fato, o incêndio no Aeroporto Santos Dumont, que aconteceu de madrugada. Isso foi bem no início da história da GloboNews. Eu lembro quando o editor que estava aqui me ligou de madrugada e disse: “está pegando fogo no aeroporto”. Eu falei: “que aeroporto?” Era o Santos Dumont. Eu perguntei: “como assim, mas é grande ou pequeno?” Ele disse: “Grande.” Então vamos mobilizar. Aí você começa a chamar os repórteres, apresentadores, todo mundo foi direto para lá e aí os recursos da rede também vão junto e contribuem para a GloboNews. Não existiam uma estrutura preparada para isso. Hoje até existe. Um pouquinho mais compartilhada, a gente sabe para onde liga, tem a rede dividindo com a gente. Hoje temos uma estrutura mais profissional. Mas mesmo naqueles primeiros anos da história da GloboNews, não tendo estrutura, a gente conseguia fazer a cobertura do fato porque todos tinham a vontade de dar a virada. De qualquer jeito a gente ia.⁴¹

A “virada” definitiva da GloboNews aconteceu em 2001, com a cobertura da queda das torres do World Trade Center. A audiência do canal aumentou naturalmente, pois era um grande acontecimento. Mas o trabalho anterior ajudou a consolidar a audiência crescente e fazer com que o público que tinha acesso ao canal migrasse imediatamente para a emissora em um fato de grande impacto como esse.

Esta cobertura abrangente dos fatos se repetiu ao longo dos principais acontecimentos do Brasil e do mundo desde a inauguração do canal. Poderíamos citar por alto alguns dos mais marcantes: a liberação da banda cambial em 1999, a queda das Torres Gêmeas em 11 de setembro de 2001, a eleição de Lula em 2002, o atentado no metrô da cidade de Madri em 11 de março de 2004.

6.3 – AUDIÊNCIA E ANUNCIANTES

⁴¹ Vera Íris Paternostro, em entrevista concedida no dia 03/11/2004 (Anexo I).

Desde os atentados de 11 de setembro de 2001, a GloboNews vem registrando um aumento significativo de audiência. Antes dos atentados, o canal costumava figurar apenas entre os dez mais vistos da Net. Hoje, está entre os cinco mais assistidos e, muitas vezes, é o líder de audiência.⁴²

Utilizando o exemplo do atentado, entre os dias 11 e 16 de setembro de 2001, o canal figurou em primeiro lugar no ranking da audiência, com uma média de 16.150 espectadores por minuto, resultando em 40 minutos e 46 segundos o tempo médio que cada espectador assistiu diariamente à GloboNews neste período.⁴³

Quando os Estados Unidos bombardearam o Afeganistão, em 7 de outubro de 2001, a emissora voltou a ocupar o primeiro lugar.⁴⁴ E assim vem acontecendo sucessivamente nos grandes acontecimentos desde então. O *Em Cima da Hora*, por exemplo, costuma alcançar uma média de 4,9 milhões de espectadores distintos por mês.⁴⁵

Segundo pesquisas realizadas pelos institutos Ipsos_Marplan e Ibope, no primeiro semestre de 2001, o perfil do telespectador da GloboNews é bem definido. O estudo indica que 89% dos que assinam o canal pertencem às classes A e B. 50% possui nível superior completo. Assim, podemos concluir que o público da emissora é formado principalmente por pessoas que estão no topo da pirâmide social e fazem parte da elite intelectual, política e econômica do país. Ou seja, por formadores de opinião.⁴⁶

Isso se deve ao fato de que a TV por assinatura ainda é inacessível para a maioria da população brasileira. Por isso, o que passa na GloboNews quase não possui penetração nas massas.

⁴² <http://an.uol.com.br/2001/out/15/0ane.htm>, consultado no dia 05/09/2004

⁴³ Idem.

⁴⁴ Idem.

⁴⁵ Idem.

⁴⁶ <http://www.canaldaimprensa.com.br>, consultado dia 25/09/2004.

A mesma pesquisa informa que , entre os telespectadores com idade entre 18 e 25 anos, a GloboNews é o segundo canal pago mais assistido. Já entre o público de 26 a 35 anos é o primeiro.⁴⁷

Podemos dizer que a GloboNews procura criar o hábito de que os assinantes de TV a cabo corram para o canal em busca de notícias quando acontece um fato de maior impacto. Logicamente, esta audiência depende do momento político e histórico pelo qual passa o mundo. A audiência tende a ser maior em casos de guerra, atentado, morte de grandes personalidades e outras manchetes de alto impacto.

Ao ganhar audiência, o canal tem se mostrado uma alternativa para anunciantes que procuram atingir um público específico. Os telejornais contam com anunciantes de peso que possuem identificação com o público-alvo da emissora, como Embratel e IBM. Montadoras de automóveis como Volkswagen, Ford e Chevrolet, além de bancos como Unibanco e Bradesco também estão interessados no poder de compra dos assinantes.

⁴⁷ Idem.

7 – AS PRINCIPAIS ATRAÇÕES DA GLOBONEWS

Este capítulo é dedicado ao detalhamento das principais atrações da GloboNews. Suas características, seus profissionais e qual a relação de cada um deles com o modelo de emissora de jornalismo criado pela CNN.

7.1 – EM CIMA DA HORA

O *Em Cima da Hora* é um telejornal onipresente. É exibido em toda hora cheia e procura mostrar os principais fatos do dia ocorridos até então no Brasil e no mundo. São apresentadas 22 edições ao longo do dia. O processo de produção do jornal é realizado a partir de um espelho, feito para a edição do *Em Cima da Hora* das 7 da manhã. Ao longo do dia este espelho é alterado, de forma que as atualizações dos fatos e as novas informações possam ser incluídas na próxima edição.

Como se trata de um canal de jornalismo, a GloboNews também é utilizada apenas como um veículo de consulta pelos assinantes. Por isso, algumas matérias são exibidas em todos os jornais, para que os telespectadores que tenham sintonizado o canal somente para se informar também consigam se atualizar. E em nome da atualização, o jornal procura abranger um pouco de tudo o que esteja acontecendo, de economia aos esportes procurando não ter um enfoque específico. Boa parte da programação da GloboNews é ocupada por edições deste telejornal, que existe desde que o canal entrou no ar.

Assim, poderíamos dizer que o *Em Cima da Hora* não possui uma “cara”, seja em relação à linha editorial quanto aos apresentadores. Uma destas “caras” do jornal, o apresentador e editor-chefe da edição do *Em Cima da Hora* que vai ao ar à meia-noite, Eduardo Grillo, fala sobre a construção das notícias dadas ao longo do dia no telejornal:

O *Em Cima da Hora* é o jornal com as principais notícias do dia e com o que está acontecendo naquele exato momento, atualizado de hora em hora. Por exemplo, no *Jornal Nacional*, para dar um exemplo conhecido de todos, quando um ministro pede demissão, ou qualquer outra coisa, eles tem quatro horas, quatro horas e vinte para entrar no ar e dar aquilo. O *Em Cima da Hora* não, se

a notícia acabou de acontecer, a gente já deu. Se o jornal está no ar, a gente dá no ar a primeira informação que chegou: ‘Acabou de chegar à informação de que aconteceu alguma coisa’. Se der tempo, no fim daquela edição a gente fala de novo sobre o assunto, a edição seguinte vai ter mais um pouco de informação e a outra edição seguinte já vai ter mais imagens com mais um pouco de informação e um pouco da repercussão. O *Em Cima da Hora* vai construindo o que aconteceu. Outro exemplo: o prédio desabou no Nordeste. A gente sabe que ele caiu e vai apurando. Podemos entrar entre um jornal e outro com as informações. No jornal seguinte você tem os dados e informações sobre aquele prédio até chegar o momento em que você vai ter as imagens e as entrevistas com as pessoas. Mas antes de ter este produto completo, a gente deu esta informação várias vezes à medida que ela foi acontecendo. Isto é muito legal porque você não dá só a notícia pronta, a gente dá a notícia desde o começo até ela ficar “redondinha”. Esta é a garantia, para quem está assistindo de que, se você está vendo o jornal, você está vendo algumas coisas importantes que são repetidas porque não acontecem coisas novas o dia inteiro, mas além daquelas coisas que você já viu de manhã, você sabe que se alguma coisa estiver acontecendo, vai estar no jornal. É um privilégio para quem está fazendo porque, a gente pega a notícia e vai crescendo com ela. É a dimensão da notícia.⁴⁸

Durante a madrugada, quando o país “dorme”, o *Em Cima da Hora* se torna um boletim de cinco minutos, que entra no ar em toda hora cheia, pautando o que aconteceu de mais importante no dia anterior e as informações que chegam das agências internacionais.

Ao longo dos oito anos de existência do canal, o *Em Cima da Hora* foi se transformando para ganhar um formato mais dinâmico. Essas mudanças passam pela experimentação. Os erros e acertos que aconteceram durante este tempo deram o tom do jornal. Grillo fala como o *Em Cima da Hora* mudou desde que a emissora começou a operar:

⁴⁸ Eduardo Grillo, em entrevista concedida no dia 18/11/2004 (Anexo II).

Antes ele começava com uma coisa que a gente chamava M.I.T.: manchetes, indicadores e tempo. Tinha as manchetes do dia, depois os indicadores: dólar, ouro; e a previsão do tempo. Isso mudou: os indicadores são espalhados pelo meio do jornal e o tempo é lá no final. A gente fez isso para tornar o começo do jornal mais fluido. Em matéria de formato, como a gente estava experimentando muito, cada um fazia uma série de pequenas coisas, que talvez a gente faça menos hoje. Por exemplo, os apresentadores faziam muito mais entrevistas fora do jornal, às vezes matérias na rua e outras coisas que acabaram se direcionando. As entrevistas ganharam programas próprios, com o *Almanaque*, o *Starte*, *Milênio* e vários outros próprios para isso. Os jornais ganharam uma cara própria: o *Jornal das Dez* sempre tem uma entrevista quando tem um assunto que necessite de uma entrevista. O *Em Cima da Hora* do meio-dia e das seis. Estas coisas não eram muito definidas no começo, eram tentativas de ver como ficaria o formato. Toda a engrenagem do canal, por estar mais ‘azeitada’, funciona melhor do que era antes. Se hoje a gente ouve algo sobre uma notícia, eu já sei que eu tenho que correr para o estúdio, o outro corre para o *switcher*, e tal. Qualquer coisa que aconteça, a gente está no ar em vinte segundos, coisa que talvez não era tão fluida antes.⁴⁹

A exceção na exibição do *Em Cima da Hora* é a faixa de horário de 22 às 23 horas, quando é apresentado o *Jornal das Dez*. O *Em Cima da Hora* pode ser considerado a marca registrada do canal, pois tem como uma de suas principais características a agilidade.

7.2 – JORNAL DAS DEZ

Em relação ao *Em Cima da Hora*, podemos dizer que o *Jornal das Dez* é um noticiário mais aprofundado. As matérias possuem um melhor acabamento de texto e edição. Os assuntos têm uma discussão mais ampla e profunda. O espaço do jornal é aberto para colonistas como Tereza Cruvinel (política), Cristiana Lobo (política), George Vidor (economia) e Joyce Pasowitch (política e mundo da fama) e para entrevistas com

⁴⁹ Eduardo Grillo, em entrevista concedida no dia 18/11/2004 (Anexo II).

especialistas em certas áreas. No *Em Cima da Hora*, por exemplo, as entrevistas só acontecem em casos especiais, quando há alguma notícia de grande impacto em que é necessário o comentário de um especialista para explicar e ponderar o que aconteceu e quais podem ser as consequências daquele fato.

O *Jornal das Dez* será mais detalhado no estudo de caso, que analisa uma semana de exibição do telejornal.

7.3 – VIA BRASIL

Uma das maiores audiências da emissora é o *Via Brasil*, programa que conta com várias reportagens de conteúdo regional. Não é exatamente um telejornal. Poderia ser definido como um programa de variedades com formato jornalístico. As matérias falam principalmente de comemorações regionais, são descritivas em relação aos hábitos peculiares de uma certa área, os monumentos e a natureza. O programa privilegia a exibição de histórias que sejam desconhecidas do público que vive em outras regiões do país. Poderíamos dizer que o *Via Brasil* é uma exceção que contraria a visão geral de que a mídia aplaina a idéia de nação, não levando em consideração as diversidades de cada região.

Repórteres das várias emissoras e afiliadas da TV Globo pelo país fazem matérias tratando de particularidades da diversidade cultural do país. O fotógrafo e professor Luiz Humberto Martins Ferreira, co-fundador da Universidade de Brasília, em um debate na TV Senado sobre a questão da cultura brasileira afirmava que as tradições culturais regionais brasileiras estavam acabando, pois pesquisas realizadas em várias regiões do país mostravam que as pessoas estavam perdendo suas identidades culturais regionais, por influência da matriz cultural brasileira estar situada principalmente na televisão e no eixo Rio - São Paulo. Ao mesmo tempo, afirmava vir justamente da televisão um programa que considerava um dos melhores exemplos de reação ao aplainamento cultural pelo qual passa o país, o *Via Brasil*. Ele lamentava o fato de que a atração é acessível a uma ínfima parcela da população, que pode assinar a TV a cabo.

Sobre a questão do aplainamento da cultura nacional nos meios de comunicação – e no caso específico, do jornalismo – Muniz Sodré afirma que a idéia de espaço nacional construída nos meios de comunicação favorece a narração da continuidade dos fatos, fazendo com que seja criada uma concepção de unidade nacional nos meios de comunicação – para que exista o interesse pela notícia - ao mesmo tempo em que temos a razoável consciência das diferenças entre as várias regiões do Brasil.

Por detrás da imprensa enquanto indústria/comércio, encontra-se a idéia moderna de espaço nacional, que favorece o estabelecimento de um certo tipo de continuidade dos acontecimentos isolados ou singulares, com vistas a reforçar o sentido de uma comunidade homogênea, mas aberta ao mesmo tempo à heterogeneidade dos acontecimentos (mudança e progresso) cotidianos. Na cotidianidade figurada do processo de mudanças, o povo (a totalidade nacional) parece fazer uma espécie de “História coletiva”.⁵⁰

As matérias que pautam o *Via Brasil* provavelmente não teriam espaço em um telejornal ou programa de variedades comum. Isto porque a matéria-prima com a qual os programas jornalísticos normalmente trabalham é o cotidiano. Fatos cotidianos que a maioria desconhece e que está longe de nós, mas que não deixam de serem cotidianos. E a definição convencional de notícia diz que os acontecimentos que merecem estar na mídia são aqueles que justamente fogem do dia-a-dia. Mesmo assim, apesar de não ter o perfil de um programa de denúncias, o *Via Brasil* já apresentou matérias sobre a exploração de mão-de-obra escrava, prostituição de menores e destruição do meio ambiente. Estes temas, assim como as festas e regionalidades, também fazem parte da realidade do nosso país, infelizmente.

Muniz Sodré afirma no mesmo texto que toda notícia é um acontecimento, mas nem todo o acontecimento merece virar uma notícia nos meios de comunicação. Os fatos sociais comuns não costumam virar notícia.

⁵⁰ SODRÉ, Muniz. “A forma da notícia”. In: *Reinventando a Cultura*. Petrópolis; Editora Vozes, 1996. p. 132

Infere-se que acontecimento (ou fato) e notícia não são a mesma coisa. Do ponto de vista do médium (jornal, rádio, tevê), o acontecimento é matéria-prima para o produto notícia que, por sua vez, pode-se constituir em acontecimento para o público. Aventa-se mesmo a hipótese de que os fatos sociais – objeto da sociologia desde seu começo no século passado – já não tem uma ontologia própria, externa aos meios de comunicação de massa.

Tal hipótese parte do reconhecimento de que a realidade social dos indivíduos no mundo contemporâneo é construída por fatos noticiosos, ou seja, de acontecimentos jornalisticamente interpretados e, portanto, “transvalorizados” (para empregar-se uma terminologia de fundo pragmatista) por um sistema logotécnico. A notícia converte-se, assim, numa tecnologia, não simplesmente cognitiva, mas produtora de real – é história que cria história. O real assim produzido aspira a uma visibilidade plena, com consonância com as tecnologias, sugerindo a identificação absoluta entre ver e crer.⁵¹

Justamente por trabalhar com a questão da regionalidade em cenário mundial e midiático cada vez mais propenso à globalização, poderíamos utilizar o *Via Brasil* como o maior exemplo de que, apesar de ser fruto de um modelo internacional, que pode ser visto claramente nos telejornais da emissora, este modelo vem sofrendo certas adaptações ao gosto nacional. No *Via Brasil*, os sotaques e algumas gírias locais

⁵¹ SODRÉ, Op. Cit., p.133

costumam ser totalmente valorizados no programa, a forma de expressão de quem aparece na televisão não é padronizada, ao contrário do que costuma vigorar na TV.

O programa começou sendo apresentado por Celso Freitas e hoje é apresentado por Vanessa Riche. A atração reúne as melhores reportagens produzidas sobre as peculiaridades de cada região do Brasil. Muitas destas matérias são exibidas apenas nos telejornais locais de cada cidade. Assim, a exibição na GloboNews é uma modo de ganhar dimensão nacional. A seleção destas matérias fica a cargo da editora-chefe do programa, Kiki Weissenberg.

As praças e afiliadas enviam para a redação do Rio de Janeiro, que selecionam quais vão para o ar. Algumas não chegam a ser exibidas na íntegra. Neste caso, são editadas e ressonorizadas.

7.4 – SEM FRONTEIRAS, GLOBONEWS PAINEL E PELO MUNDO

Sem Fronteiras, *GloboNews Painel* e *Pelo Mundo* são os programas que trazem notícias e tratam de assuntos internacionais. Cada um de maneira absolutamente particular. Por isso foram reunidos em um mesmo tópico. Como já foi dito no capítulo que tratava das características da GloboNews de forma geral, o canal dá ênfase a cobertura de assuntos externos.

7.4.1 – SEM FRONTEIRAS

“O que é importante para o mundo é importante para o Brasil”. Esta frase dita pelo jornalista Sílvia Bocanera no início das chamadas do *Sem Fronteiras* espalhadas ao longo da programação da GloboNews resume bem o espírito do programa.

O *Sem Fronteiras* mostra reportagens especiais sobre assuntos que estão em pauta no noticiário internacional, principalmente no eixo Nova York – Londres. As matérias não se resumem a informar, mas procuram também trazer análises e discussões sobre estes temas. E como aqueles assuntos que estão nas manchetes fora do país podem vir a afetar a vida dos brasileiros, direta ou indiretamente.

Os principais apresentadores do programa atualmente são dois nomes experientes em coberturas internacionais: O já citado Sílvia Bocanera, que faz reportagens em Londres e Jorge Pontual, de Nova York.

O programa recebe este nome porque atravessa fronteiras para trazer informações e chegar a conclusões relevantes que levem o telespectador a pensar sobre estes fatos que movem o mundo.

O espectro de assuntos que costumam ser temas de reportagens do *Sem Fronteiras* é bastante amplo. Os mais comuns são: as novidades no campo da ciência e tecnologia, as guerras, meio ambiente e, é claro, política.

7.4.2 – GLOBONEWS PAINEL

O *GloboNews Painei* é um programa de debates sobre assuntos políticos que estejam em destaque no noticiário da semana. Os temas costumam fazer parte do noticiário internacional, até porque existe um outro programa que se dedica a debater especialmente os temas do noticiário nacional, o *Fatos e Versões*.

Os debatedores do *GloboNews Painei* geralmente são pesquisadores, principalmente cientistas políticos, sociólogos e historiadores, que analisam os prós e contras do fato em questão e suas possíveis consequências. O programa já foi apresentado por Ernesto Paglia e hoje é ancorado por William Waack.

7.4.3 – PELO MUNDO

Curiosidades, fatos pitorescos e divertidos de várias partes do mundo são a argamassa do sucesso deste programa. Com notícias de agências, o *Pelo Mundo* abre espaço para notícias e matérias que não teriam espaço no noticiário tradicional. O programa exhibe vídeos sobre a beleza de lugares remotos, costumes exóticos, raças, religiões e curiosidades culturais do planeta.

As nações que possuem destaque nas matérias exibidas no *Pelo Mundo* geralmente estão fora do eixo dos países centrais. São lugares que, como não costumam figurar nas manchetes, muitas vezes não sabemos muito sobre eles.

O programa é gravado em um cenário virtual, produzido por computador. Para definir o perfil e a que o *Pelo Mundo* se propõe, ninguém melhor do que Eduardo Grillo, apresentador do programa desde que ele surgiu:

O *Pelo Mundo* é um programa *light* de curiosidades e até de bizarrices que acontecem no mundo. Tem umas coisas muito estranhas e que, ao mesmo tempo, é uma coisa fácil de assistir, de ser digerida. Mas você tem a oportunidade de mostrar várias curiosidades de cada país, de povos, culturas. De uma forma bem dourada, bem doce, você acaba revelando muitas coisas do mundo. É um programa leve, tem coisas engraçadas. O campeonato de, sei lá, rolar montanha. Tem umas coisas bizarras. E quebra esta sisudez do canal, do jornalismo. A gente fala de desgraça, de *hard news* o tempo todo. E o *Pelo Mundo* dá uma quebrada nisso sem ficar totalmente bobo. Porque tem informação ali no meio. Aliás, é o slogan do programa: ‘Quer informação com diversão?’, e eu acho que é isso mesmo. É um programa *light* que se propõe a ensinar sobre coisas ao redor do mundo. É despretensioso. É gostoso de ver. Tem uma audiência incrível. Sabe uma coisa engraçada? Talvez seja pelo público que ele atinge, mas mais gente vem falar comigo sobre o *Pelo Mundo* do que sobre o jornal. (risos) Não é engraçado? Talvez o

público que o Pelo Mundo atinja seja gente que tem mais
essa coisa de falar e comentar.⁵²

7.5 – ESPAÇO ABERTO

O *Espaço Aberto* é um programa dedicado à discussões de temas em pauta. Cada dia da semana um tema atual é abordado e aprofundado por meio de reportagens e discussões. Cada edição tem de 23 a 30 minutos. A produção e direção destes programas conta com nomes conceituados do telejornalismo nacional como Sandra Passarinho, entre outros. É uma maneira de garantir credibilidade ao que está sendo apresentado.

7.5.1 – CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Ciência não costuma ser um tema que ocupa as manchetes da imprensa, a não ser que seja por causa da cura de uma ciência ou alguma descoberta que pode mudar a forma como os seres humanos enxergam o seu passado. Um problema recorrente nas coberturas desta área é a falta de profundidade com a qual os temas em questão são abordados, de forma que as pessoas que tentam absorver este conhecimento não compreendem a fato abordado em sua totalidade.

No *Espaço Aberto* dedicado à ciência e tecnologia o foco são as transformações que o conhecimento adquirido ao longo de anos de pesquisa causam nas nossas vidas: o aniversário de cem anos da Revolta da Vacina, o avanço nas cirurgias de reconstrução do rosto de pessoas que sofreram acidentes, os problemas da osteoporose, etc. O programa é exibido às segundas-feiras.

O programa é apresentado por um velho conhecido dos espectadores do canal: o jornalista Márcio Gomes, que apresentou os telejornais da GloboNews durante anos, até ser escalado para o *Bom Dia Rio* e, mais tarde o *RJTV – 1ª edição*. Márcio também apresenta o

⁵² Eduardo Grillo, em entrevista concedida no dia 18/11/2004 (Anexo II).

Jornal Nacional e o *Bom Dia Brasil* esporadicamente. Sobre o trabalho do *Espaço Aberto – Ciência e Tecnologia*, Márcio Gomes fala:

Recebi esta responsabilidade no início de 2002. e desde então tento levar ao nosso assinante as pesquisas de ponta, as conseqüências do avanço tecnológico no nosso dia-a-dia, os desafios que a ciência enfrenta no Brasil – que se destaca na pesquisa genômica, mas ainda tem a maioria da população vivendo sem esgoto encanado e sofrendo por doenças que já matavam no começo do século passado.⁵³

7.5.2 - ESPORTE

O *Espaço Aberto* de terça-feira, dedicado ao esporte, traz entrevistas com grandes nomes do mundo esportivo nacional e, às vezes, internacional. Por ter mais tempo, as entrevistas são mais aprofundadas do que as que costumam ser veiculadas nas reportagens esportivas na TV. Costuma trazer depoimentos interessantes sobre a vida e os bastidores do mundo esportivo. Como exemplos, podemos citar o programa em que o capitão da seleção de vôlei Nalbert falou sobre o seu sofrimento para tentar se recuperar de uma lesão às vésperas das Olimpíadas e curiosidades sobre a história do esporte como quando o mundo passou mais de 10 anos sem a realização de uma Copa do Mundo, durante a década de 40.

Este programa é apresentado pelos grandes nomes do jornalismo esportivo da Rede Globo, como Maurício Torres, Glenda Kozlowski, Cléber Machado e Luiz Roberto.

7.5.3 - LITERATURA

Começou sendo apresentado por Pedro Bial e hoje é comandado por Edney Silvestre. É o primeiro programa exclusivamente dedicado à literatura da TV brasileira. Estreou no dia seguinte do começo da exibição do canal com uma entrevista realizada por Pedro Bial com

o escritor Raduan Nassar, autor de livros como “ Um copo de cólera” e “Lavoura Arcaica”. A conversa aconteceu na fazenda onde o autor se mantém recluso.

As entrevistas do programa são, em sua grande maioria, realizadas em estúdio. Já passaram por lá nomes importantes como Darcy Ribeiro, Ariano Suassuna, Lígia Fagundes Telles, Jorge Amado e Zélia Gattai. Autores de best-sellers como Mônica Buonfiglio e Paulo Coelho também foram entrevistados. O programa também abre espaço para escritores que não possuem obras tão conhecidas do público ou que estão começando na carreira literária.

Podemos destacar como uma das entrevistas mais importantes realizadas neste programa, entre outras tantas, a que João Ubaldo Ribeiro confessou em público, pela primeira vez, sofrer de alcoolismo.

7.5.4 - ECONOMIA

O programa já foi ancorado por Lillian Wite Fibe, e hoje é apresentado por Míriam Leitão. Durante os quase dois anos que esteve à frente do Espaço Aberto sobre economia, ela realizou importantes entrevistas com nomes como José Serra, Ciro Gomes e Mário Covas, por exemplo. Wite Fibe também realizou a primeira entrevista exclusiva com o presidente Fernando Henrique Cardoso para o canal, realizada nos jardins do Palácio da Alvorada.

Ao assumir o comando do *Jornal da Globo*, Lillian Wite Fibe, cedeu o seu lugar para Miriam Leitão. Ela, por sua vez, ocupa este lugar até hoje. Míriam conversou com ministros e importantes analistas econômicos analisando momentos significativos da economia como a crise cambial no Brasil, que culminou com a mudança da banda cambial.

Vale a pena mencionar também o Espaço Aberto que Joelmir Beting comandou por um período no canal, também relativo à economia. Nele, foram entrevistados alguns dos mais influentes empresários do país como Antônio Ermínio de Moraes e Roberto Setúbal. O

⁵³ <http://www.globo.com/globonews>, consultado em 23/11/2004

programa procura traduzir para os assinantes os altos e baixos da política econômica do país.

7.5.5 - POLÍTICA

Gravado em Brasília, neste programa Alexandre Garcia debate com políticos temas que afetam a vida dos brasileiros e que possuem relação com a vida política do país como: taxaço dos inativos, parcerias público-privadas, tributação no país. Os projetos de lei que estão em trâmite no Congresso são debatidos por representantes do governo, representantes de organizações não-governamentais e cientistas políticos. O programa vai ao ar toda sexta-feira.

Roberto Kovalick apresenta, também de Brasília, uma edição do *Espaço Aberto* dedicada à política, exibida aos domingos.

7.5.6 - CULTURA

O *Espaço Aberto* apresentado por Chico Pinheiro tem como tema a história da música e das artes em geral. Entrevistados que possuem boas histórias para contar sobre os bastidores da cultura brasileira costumam aparecer neste programa. Entre eles, nomes como Dóris Monteiro, Quarteto em Cy e Edu Lobo. Vai ao ar aos sábados.

7.6 – ARQUIVO N

“Compreender o passado é entender melhor o presente e o futuro”. Esta frase, de autor desconhecido, poderia ser o lema do *Arquivo N*. Este programa reúne e exhibe algumas preciosidades do arquivo da Rede Globo como, por exemplo, as matérias que Pedro Bial realizou na queda do muro de Berlim. O programa apresenta notícias que viraram história. Faz uma retrospectiva sobre fatos e pessoas que marcaram o Brasil e toda a humanidade com imagens de arquivo. Como a ênfase do canal é a atualidade, costuma prestigiar os fatos

históricos que fazem aniversário perto da data de exibição do *Arquivo N* ou que voltaram à pauta do dia graças a algum acontecimento.

Dependendo da importância do assunto, pode ser realizada uma série de reportagens como na proximidade dos 50 anos do suicídio de Getúlio Vargas, quando o *Arquivo N* apresentou três programas sobre a herança política da Era Vargas.

7.7 - MILÊNIO

O programa apresenta, direto de centros neurálgicos do mundo, como as cidades de Londres, Paris ou Nova York, entrevistas com grandes nomes do cenário internacional. Economistas, filósofos, políticos e representantes do mundo das artes são os entrevistados. A idéia é trazer, a cada semana, um entrevistado que tenha, de certa forma, marcado o mundo com seu poder ou sua obra. Já passaram por lá nomes como as atrizes Juliette Binoche e Lauren Bacall, o magnata da informática Bill Gates e o filósofo francês Alain Touraine.

7.8 - STARTE

O programa apresenta as principais tendências do Cenário cultural brasileiro em todas as formas de arte: cinema, literatura, dança, teatro e artes plásticas. A formação da atriz, jornalista e escritora Bianca Ramoneda, que apresenta o programa, ajuda a fazer com que o Starte cumpra a sua missão de dar um panorama das artes em um país tão grande e complexo como o Brasil.

7.9 – CONTA CORRENTE

Como economia é uma das principais atrações da GloboNews, existe um noticiário destinado apenas a atender esta demanda. O Conta Corrente é exibido em duas edições diárias: uma às 13h30min e outra às 20h30min. Ainda existe um horário alternativo de

exibição da segunda edição do programa, às 23h30min. A primeira edição do programa é apresentada por Sidney Resende e a segunda por Guto Abranches.

O Conta Corrente procura traduzir as notícias econômicas da forma mais coloquial possível. Apesar de ser destinado a um público com interesse específico, o programa procura atender a outros segmentos da audiência, menos especializados. O desafio do Conta Corrente é ser um programa de economia com conteúdo consistente, mas sem falar economês.

7.10 – AS REPRISES

Assim como a CNN costuma fazer, a GloboNews exhibe seus programas em horários alternativos. *Bom Dia Brasil*, *Jornal da Globo*, *Globo Repórter*, *Fantástico*, *Globo Rural*, *Globo Ecologia* e *Pequenas Empresas, Grandes Negócios* são programas que ganham espaço também na GloboNews. O principal telejornal do canal, o *Jornal das Dez*, também é reprisado, durante a madrugada. Como além destes telejornais e programas da TV Globo, a GloboNews reprisa cada uma de suas atrações pelo menos três vezes, expressões que indicam tempo como “bom dia”, “boa tarde” ou “boa noite”, não costumam fazer parte do vocabulário dos programas do canal.

A função da exibição em horário alternativo é cooptar os telespectadores que não tem tempo para assisti-los no horário original. Porém, o risco que se corre é o de que as notícias apresentadas (no caso dos telejornais) fiquem “velhas” desde o horário original de exibição até a reapresentação. Neste caso, as reprises são exibidas com a tarja “gravado”.

Renato Machado, editor-chefe e apresentador do *Bom Dia Brasil*, em entrevista ao jornal A Notícia, de Joinville, no dia 11 de fevereiro de 2001, afirmou que a reexibição possui dois lados: o de possivelmente retirar parte de sua audiência ao vivo e o de divulgar o trabalho do telejornal para outro tipo de público.

- Ouvi dizer que tira uma parte dos nossos telespectadores, pois vêm a reprise. O que naturalmente seria um concorrente do “Bom Dia Brasil”. Mas não sei fazer essa medida porque, ao mesmo tempo em que é um concorrente, é

um divulgador, pois atinge um outro público. Prefiro considerar que é uma boa divulgação. É bom que a GloboNews faça a reprise, desde que, em duas horas, a notícia não fique velha.⁵⁴

A reprise dos telejornais durante a madrugada – como no caso do *Jornal das Dez*, às 02:05, e do *Jornal da Globo*, às 03:05 - possui uma justificativa: como são exibidos muito tarde, até o horário de reexibição não há tempo para a notícia envelhecer já que, no horário em que são reprisados, o país “dorme”.

De qualquer forma, como o canal possui um compromisso com o jornalismo, antes e depois destas reexibições, existem edições do *Em Cima da Hora*, com as últimas notícias.

⁵⁴ <http://na.uol.com.br/2001/fev/11/0tev.htm>, consultado em 11/09/2004

PARTE IV – ESTUDO DE CASO

Para este estudo de caso, resolvemos analisar pontualmente o *Jornal das Dez*, por se tratar do principal programa jornalístico exibido pela GloboNews. E como o objeto maior de estudo desta monografia é o primeiro canal de jornalismo com 24 horas no ar da televisão do Brasil, podemos considerar o telejornal em questão como o mais representativo da emissora e o que melhor reflete a identidade do canal.

Analisaremos uma semana de exibição do *Jornal das Dez*, que vai do dia 19 ao dia 25 de outubro de 2004. Este período foi escolhido por ser uma semana comum, sem acontecimentos surpreendentes, onde a dinâmica normal do telejornal foi mantida durante todo o período pesquisado.

Como o horário das 22 horas possui importância estratégica para o público-alvo da GloboNews, como as pesquisas do começo da criação do canal indicavam, o telejornal mais importante da emissora está justamente neste horário. O *Jornal das Dez* se propõe a analisar as informações do dia com profundidade e com a ajuda de comentaristas e convidados das principais cidades do país (Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília) e de Nova York.

O jornal começa sempre com uma matéria apresentada dos estúdios da GloboNews no Rio de Janeiro pelo âncora André Trigueiro ou por quem esteja o substituindo nos finais de semana. De lá, ele puxa um comentário que é respondido por um dos outros apresentadores que ficam nas outras praças, no caso, estes outros apresentadores são Carlos Monforte em Brasília, Carla Lopes em São Paulo e Heloísa Vilela em Nova York.

A escolha destas cidades é justificável. São Paulo é o principal centro econômico do país, o que faz com que as matérias sobre este tema sejam apresentadas de lá. O dia no mercado financeiro e pesquisas sobre desenvolvimento econômico e comercial – já que instituições de grande representatividade como a Fiesp e Instituto Fecomércio têm suas sedes instaladas na cidade – são temas que estão quase que diariamente no bloco apresentado de São Paulo. Brasília também tem seu bloco de notícias porque é, obviamente, a capital do país. E como é o centro do poder político, todas as movimentações do Congresso Nacional e do Poder

Executivo são apresentadas diretamente de lá. As matérias de Nova York costumam estar no último bloco. São as notícias internacionais. Como este setor, como dissemos anteriormente, possui destaque no noticiário (não só do *Jornal das Dez* como em toda a programação da GloboNews), possui um bloco só para ele. A escolha da cidade de Nova York se deve pelo fato de que o principal escritório da Rede Globo fora do país está lá. É também a sede da Globo Internacional. Fora isso, a cidade é considerada como o centro urbano mais importante do mundo. É sede da ONU, por isso palco de importantes decisões políticas. *Wall Street* é o mais importante centro financeiro do planeta. Todos estes fatores justificam a escolha de Nova York.

O foco da cobertura jornalística realizada pelo programa são as áreas de política, economia e internacional, seguindo o interesse demonstrado pelos telespectadores da GloboNews em pesquisas e o direcionamento de toda a programação do resto do canal.

Em geral, o telejornal é aberto com uma notícia de um fato político, mas de repercussão econômica. Existem exceções, quando acontecem fatos de outra natureza suficientemente marcantes para ofuscar uma grande notícia política. No dia 19 de outubro, o *Jornal das Dez* começou com a exibição de uma rodada de pesquisas para o segundo turno das eleições municipais em capitais do Nordeste do país. No caso, as capitais foram Salvador, Natal e Teresina.

A exceção foi o dia seguinte, uma quarta-feira, 20 de outubro quando o jornal foi aberto com um grande destaque econômico: o Comitê de Política Monetária (Copom) havia decidido elevar a taxa básica de juros do país em 0,5%, sem viés, para tentar conter a inflação. Porém, as matérias que se seguiram foram acerca das repercussões políticas da decisão. No dia 21, o *Jornal das Dez* começou com uma matéria do repórter William Passos sobre uma declaração dada pelo presidente Lula, de que o Brasil estava jogando pelo ralo oportunidades importantes de crescimento com o atraso da votação no Congresso Nacional das Parcerias Público-Privadas (PPPs).

Dia 22, sexta-feira, mais uma matéria política de viés econômico: o telejornal foi iniciado com os dados de uma pesquisa do IBGE. A reportagem afirmava que o índice de desemprego em setembro foi o mais baixo do governo Lula. O repórter era Guilherme

Cardoso. No dia 23, a matéria que abriu o jornal já havia sido exibida no *Jornal Nacional* e falava sobre um mutirão realizado pela Caixa Econômica Federal, que havia distribuído trinta e dois mil cartões do Programa Bolsa-Família, retidos nas agências do banco. Esta iniciativa aconteceu depois das reportagens exibidas no *Fantástico* mostrando as distorções na distribuição dos benefícios. Em 24 de outubro, o jornal foi aberto com o tema das eleições norte-americanas. Kerry e Bush tentavam conquistar os votos do eleitorado étnico dos EUA. Dia 25, o jornal começou mais uma vez com uma notícia econômica com viés político e social. A reportagem dizia que, segundo uma pesquisa realizada pelo Banco Central com as cem maiores instituições financeiras do país, o mercado continuava apostando no crescimento da economia brasileira, pois os números das exportações e importações se mantinham positivos.

Outro traço característico observável no *Jornal das Dez* é que o primeiro bloco sempre traz um comentário sobre o principal assunto do dia. Está de acordo com a proposta do telejornal, que é discutir e aprofundar os principais acontecimentos. Enquanto as edições do *Em Cima da Hora* ao longo do dia procuram apenas informar, o *Jornal das Dez* coloca como seu diferencial a análise dos fatos.

O primeiro bloco do *Jornal das Dez* do dia 19 de outubro trouxe um comentário de Tereza Cruvinel sobre como os atuais desentendimentos do Governo Federal com a sua base no Congresso podem prejudicar o PT nas eleições presidenciais de 2006. Na quarta-feira, dia 20, George Vidor, analista de economia, comentou que a alta dos juros pelo Copom pode ter como consequência a queda dos investimentos em setores produtivos do país no ano que vem. Neste mesmo dia, o primeiro bloco trouxe também o comentário semanal de Joyce Pascowitch, afirmando que, com os constantes aumentos nos juros, as críticas sobre o conservadorismo da política econômica do ministro Palocci devem aumentar. Em seguida, ela falou sobre notícias dos bastidores do mundo da fama. No dia 21, Cristiana Lôbo comentou que, enquanto a base governista na Câmara dos Deputados se envolve em disputas internas, a oposição se organiza contra o governo. Em 22 de outubro, Franklin Martins afirmou que, se o governo não acalmar a sua base no Congresso Nacional, podem acontecer problemas na próxima semana, por causa da votação da medida que

tornaria possível a reeleição dos presidentes da Câmara dos Deputados e do Congresso Nacional. No dia 23, como era um sábado, e não aconteceram movimentações nas áreas políticas e econômicas do país, não houve comentário. Mesmo sendo um fim de semana, houve no domingo, dia 24, o comentário de George Vidor falando sobre a expectativa da divulgação da ata da reunião do Copom. Dia 25, Franklin Martins comentou sobre as investigações do Ministério Público acerca de suspeitas de corrupção na bancada do Rio de Janeiro no Congresso.

As matérias relacionadas ao esporte e às artes sempre encerram o telejornal. Isto aconteceu até mesmo no dia 24 de outubro, quando aconteceu o Grande Prêmio Brasil de Fórmula- 1. Como exemplo de matéria amena que ocupa o fim do telejornal podemos citar o VT que encerrou o programa do dia 19 que falava sobre um show que seria realizado no Canecão reunindo os ícones da Jovem Guarda, que cantariam seus antigos sucessos. No dia seguinte, o jornal foi encerrado com uma nota esportiva que falava que o Fluminense havia rescindido o contrato do jogador Romário.

Poderíamos dizer que o *Jornal das Dez* é um espelho da GloboNews como um todo: o enfoque se situa na cobertura da política e economia nacional, nas principais notícias internacionais – naquelas que podem vir a afetar, mesmo que indiretamente, a vida no país. O espaço para as artes e acontecimentos esportivos existe, mas é localizado. O telejornal é adequado ao público-alvo para o qual o canal se destina – classes A e B.

CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho, pudemos observar que a criação da GloboNews se deu a partir do exemplo de uma experiência internacionalmente consagrada, a CNN, e sobre a qual, ao longo dos anos, foram feitas uma série de adaptações para que este modelo norte-americano fosse moldado ao gosto e às necessidades de informação do público brasileiro. Esta adaptação não ocorreu ao ponto de que o modelo de telejornalismo *all news* do qual a GloboNews se originou, se tornasse descaracterizado e não pudesse mais ser identificado. A CNN ainda é o modelo da emissora, mas não podemos deixar de perceber as transformações que ocorreram ao longo do tempo e as diferenças entre fazer jornalismo 24 horas nos EUA e no Brasil. Naturalmente, a emissora norte-americana possui mais recursos para grandes coberturas do que o canal brasileiro. A GloboNews acabou por criar o que poderíamos chamar de jeito nacional de fazer jornalismo 24 horas.

Poderíamos dizer que, em seu nascimento, a GloboNews teve como pais a GNT e a Rede Globo, que proporcionaram as condições perfeitas para que o canal prosperasse. De um lado, a flexibilidade que o surgimento dos canais por assinatura permitia à experimentação de novos tipos de linguagem, diferentes das experiências em TV aberta que existiam até então. Por outro, contou com a estrutura e os profissionais que o canal de televisão líder em audiência e com a maior estrutura de produção em telejornalismo podia oferecer. A decisão de fazer com que o canal estivesse em prática mais ligado à Central Globo de Jornalismo do que aos canais Globosat permitiu que a GloboNews tivesse a possibilidade de contar com alguns dos mais consagrados profissionais de jornalismo em televisão do Brasil somados a um grupo de jovens recém-formados com vontade de fazer aquela experiência dar certo. Como consequência de possuir uma estrutura tão ligada à CGJ, podemos observar também que a linguagem que a GloboNews exprime, principalmente em seus telejornais, é bastante semelhante à do jornalismo da Rede Globo.

É fato de que quase todas as emissoras de telejornalismo 24 horas surgidas no mundo após o sucesso das coberturas da CNN, têm o canal de Ted Turner como modelo. Raras são aquelas que não admitem este grau de “parentesco”. E assim, como a GloboNews, todas

adquiriram, com o passar dos anos, características próprias ao seu público local. Desta forma, podemos concluir que um certo “descolamento” do modelo original representa uma evolução natural pela qual todos estes canais passam. De uma forma ou de outra, representa a busca de identidade própria.

Também é mérito da GloboNews abrir um nicho dentro do jornalismo que não existia no Brasil até a sua estréia: o de canais de TV *all news*. Por ser o primeiro, o canal e seus profissionais pagaram o preço de ter que aprender, na prática, as particularidades de colocar no vídeo 24 horas de notícias. Conforme as coberturas davam certo, o público e os outros veículos de imprensa se convenciam de que a iniciativa havia prosperado e era uma fonte confiável de informação. Assim, ao longo do tempo, a audiência dos canais a cabo se passou a migrar para a GloboNews em busca de notícias sobre os grandes acontecimentos e preferir assisti-lo em vez dos canais internacionais de notícias.

A GloboNews surgiu em um momento histórico ideal. É lugar-comum falar sobre globalização nos dias de hoje, mais do que nunca, a informação é item fundamental para o sucesso, principalmente para os cargos que exigem maior qualificação e são ocupados pelas classes A e B. Este é justamente o público-alvo da emissora. Estes telespectadores buscam o diferencial que a GloboNews possui em relação aos canais abertos: a possibilidade de informar e aprofundar as notícias muito mais do que o assinante teria se estivesse vendo um telejornal comum.

Para tentar traduzir a GloboNews e a maneira que o canal criou de fazer jornalismo, uma declaração do editor de internacional do canal, José Carlos Monteiro:

Nós tínhamos a ambição de ser uma versão verde e amarela da CNN. Mas nunca nos esquecemos de que havia por trás desta rede criada pelo Ted Turner um complexo econômico-financeiro muito maior do que a gente tinha. O que nós buscamos é o jeitinho brasileiro de fazer jornalismo 24 horas, expandindo a rede de colaboradores e correspondentes. Indo desde o Japão até a Rússia, passando pelo Oriente Médio, pela Itália, França, Portugal e vindo até a Argentina com o Ariel Palácios e a Janaína Figueiredo. Mesmo sabendo que a Rede Globo tem um escritório que também colabora com a GloboNews, nós

temos equipes próprias. Com esta rede de profissionais, nós marcamos presença no mundo inteiro. Podemos dizer que temos uma rede de correspondentes em todo o planeta. Quando nós não temos correspondentes, temos enviados especiais, que são jornalistas da Rede Globo que trabalham simultaneamente para a GloboNews. O que se propôs foi criar um canal que tivesse uma fisionomia própria, que prestasse um serviço informativo de nível internacional em todos os eventos esportivos, econômicos, políticos e internacionais. Nós sempre subíamos na apreciação do público por um motivo simples: o nosso modo de transmitir a notícia é brasileiríssimo. É evidente que a CNN, a NBC, a ABC e a CBS dispõem de um aparato poderoso para cobrir os eventos. Mas nós, quando chegamos às casas dos assinantes, falamos uma língua que todo mundo conhece. Transmutamos a complexidade do evento internacional para o conhecimento para o público entender este mundo caótico. Sobre tudo, nós transmitimos os grandes acontecimentos com eficiência comunicativa e calor humano.⁵⁵

⁵⁵ José Carlos Monteiro, em entrevista concedida no dia 22/11/2004 (Anexo IV).

BIBLIOGRAFIA, ENTREVISTAS E DOCUMENTOS CONSULTADOS:

Livros:

ARNT, Ricardo. *A Desordem do mundo e a ordem do jornal. In: Rede Imaginária: Televisão e Democracia*. CIDADE: EDITORA, ANO.

CARTAXO, Teresa. *GloboNews – 24 horas de informação*. Rio de Janeiro: Escola de Comunicação – UFRJ, 1999.

ECO, Humberto. *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira – 6ª edição, 1984.

MORAES, Dênis de. *Planeta Mídia – Tendências da Comunicação na Era Global*. Campo Grande: Letra Livre, 1998.

PATERNOSTRO, Vera Íris. *O Texto na TV – Manual de Telejornalismo*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1999.

PORTO, Sérgio Dayrell(org.). *O Jornal – Da forma ao sentido*. Brasília: Editora Universidade de Brasília - 2ª edição, 2002.

RIEGER, Beatriz Becker. *Telejornalismo no Brasil: Os impactos na sociedade, as transformações de linguagem e técnica, uma abordagem teórica e prática*. Rio de Janeiro: Depto. Técnicas de Comunicação ECO – UFRJ, 1997.

RUBIM, Antônio Albino C.(org.); BENTZ, Ione Maria G.(org.); PINTO, Milton José (org.). *Produção e Recepção dos Sentidos Midiáticos*. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

SILVA, Luís Martins da. *Jornalismo público: o social como valor-notícia In: Livro do XI COMPÓS - Estudos de Comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

SODRÉ, Muniz. *A forma da notícia. In: Reinventando a Cultura*. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.

TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Editora Veja, 1993.

Entrevistas realizadas:

Vera Íris Paternostro, em 03/11/2004. (Anexo I)
Eduardo Grillo, em 18/11/2004. (Anexo II)
José Carlos Monteiro, em 22/11/2004. (Anexo III)

Documentos utilizados:

Espelhos do *Jornal das Dez* dos dias 19 a 25 de outubro. (Anexo IV)

Sites consultados:

http://www.globo.com/globonewstv	consultado no dia 05/09/2004
http://an.uol.com.br/2001/out/15/0ane.htm	consultado no dia 05/09/2004
http://www.masteremjornalismo.org.br	consultado no dia 05/09/2004
http://www.socio-estatistica.com.br	consultado no dia 10/09/2004
http://www.telejornalismo.com/close185.htm	consultado no dia 11/09/2004
http://na.uol.com.br/2001/fev/11/0tev.htm	consultado no dia 11/09/2004
http://www.comunique-se.com.br	consultado no dia 11/09/2004
http://www.videotexto.tv/nh_etica_naoimporta.html	consultado no dia 21/09/2004
http://br.news.yahoo.com	consultado no dia 21/09/2004
http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br	consultado no dia 21/09/2004
http://www.consciencia.net	consultado no dia 21/09/2004
http://www.sapo.pt	consultado no dia 21/09/2004
http://www.premiocupldeimprensa.com.br	consultado no dia 21/09/2004
http://english.aljazeera.net	consultado no dia 23/09/2004
http://www.aljazeeraespanol.com	consultado no dia 23/09/2004
http://www.aljazeera.net	consultado no dia 23/09/2004
http://www.canaldaimprensa.com.br	consultado no dia 25/09/2004
http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br	consultado no dia 25/09/2004
http://www.intercom.org.br	consultado no dia 26/09/2004
http://www.jornalismo.ufsc.br	consultado no dia 26/09/2004
http://www.videotexto.tv	consultado no dia 26/09/2004

ANEXO I

ENTREVISTA COM VERA ÍRIS PATERNOSTRO

Depoimento concedido em 03/11/2004.

Cristina: De uma forma geral, como foi a implantação da GloboNews?

Vera Íris: De forma geral, porque não dá para a gente detalhar muito porque senão ficaríamos aqui falando o resto da noite. Na época, e a gente está falando do final de 1995, início de 1996, as Organizações Globo já tinham uma empresa de canal a cabo que estava começando a diversificar o seu trabalho. A GloboSat já tinha quatro canais, que eram o GNT (Globo News Television), o que hoje é o Sportv, o Multishow e o Telecine. As Organizações Globo tinham criado, mais ou menos em 1992, se não me falha a memória, este sistema de canais a cabo. Uma ramificação do que estava acontecendo já no mundo, que até então no Brasil não havia. Era uma diversificação do seu negócio. Além da Rede Globo, de TV aberta, ter também a TV por assinatura, criando a Globosat. Passados alguns anos, e principalmente porque em 1991 houve a primeira Guerra do Golfo, e a CNN (Cable News Network), a primeira grande cadeia de notícias *all news*, tinha feito um trabalho de jornalismo naquela guerra super intenso, que o mundo parou para ver, pois a guerra entrou nas nossas casas para quem tinha acesso à CNN. A Net, no caso, além da Globosat, também vendia os canais internacionais, a CNN inclusive. Então o mundo ficou estarecido ao ver onde o jornalismo pode ir chegar. A impressão que eu tenho é que viu-se aqui dentro uma oportunidade de negócio, porque a gente está falando de uma empresa. Ninguém é idealista ao ponto de não ver isso. Sempre existe a visão de um negócio, o *business*. Com isso, perceberam que havia aqui no Brasil uma brecha para ampliar o que seria o GNT, no caso. Ampliar, reforçar, implementar um canal, um filhote deste canal a cabo que seria *all news*.

Isto foi caminhando por meio de decisões empresariais até que decidiu-se tentar criar, no fim de 95, início de 96, e aí sim começou o projeto de implantação – como seria, o que seria, aonde seria e tal. Uma das mais importantes decisões tomadas para a implantação desta idéia é a de que este canal, o GNT, diminuiria o noticiário que ele dava de hora em

hora para permitir que um outro canal, que até então não se sabia como seria, ampliasse e ficasse mais forte em termos de notícia. A outra decisão em termos empresariais, que eu acho que foi fundamental para a GloboNews neste início de projeto e planejamento, foi que este outro canal que estava surgindo não se estabelecesse tão ligado à Globosat, mas sim à própria Rede Globo e, no caso, à CGJ (Central Globo de Jornalismo). Ou seja, na verdade, este novo canal de notícias que se criaria, um filhote do GNT, não seria tão ligado à Globosat, mas sim à Rede Globo de Televisão e à CGJ. Porque, com isso, você teria o que há de mais aprimorado em termos de jornalismo na televisão brasileira aberta; a equipe, a estrutura física e toda a estrutura de recursos da Central Globo de Jornalismo fornecendo material para este canal de notícias. Era uma coisa lógica, prática e financeiramente viável. Porque criar um canal de notícias com uma estrutura que você já tem, haveria muito mais facilidade. Porque até criar uma estrutura como essa, além dos recursos financeiros, humanos e técnicos que você teria que investir estaríamos desperdiçando os recursos que já tínhamos à disposição. Esta é a historinha básica de como se criou a GloboNews.

Tem a história de como se criaram os canais a cabo no Brasil, com a Globosat, com a TVA (TV Abril), no início da década de 90. Eu acho que a CNN se consolidando no mundo com a Guerra do Golfo, mostrando que o jornalismo 24 horas é viável. Deu-se esta idéia de criar a GloboNews, que é um canal brasileiro de notícias e como viabilizá-lo, em vez de ser uma parte da Globosat, ser uma parte da Rede Globo e ser, como é até hoje, um departamento da CGJ. Está é basicamente a história deste começo.

Cristina: Mas, neste começo do desenvolvimento da GloboNews, quais são os nomes que você poderia contar como os que ajudaram a fazer com que esta idéia de um canal de jornalismo das Organizações Globo virasse uma realidade?

Vera Íris: Eu imagino que nomes como José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, que era na época o superintendente do canal, na época já tinha a *Marluce* (*Marluce Dias da Silva*), mas eu sei que o Boni tinha uma idéia disso. O Evandro (*Evandro Carlos de Andrade*), que era o diretor da Central Globo de Jornalismo naquela época, em 1996; a

Alice-Maria, que eles trouxeram para montar, criar e pensar nisso e a Letícia Muhana, que era e ainda é diretora do GNT. Eu acho que estes nomes são os que criaram e implantaram as primeiras idéias. A Mônica Labarte também estava no projeto e eu, Vera Íris Paternostro. A gente começou a trabalhar na GloboNews antes dela ir ao ar.

Cristina: A GloboNews funcionou internamente durante um tempo...

Vera Íris: Ela não funcionou exatamente. Nós fizemos duas semanas internas de experiências-piloto. Eram pilotos dos jornais, da grade. A gente criou uma grade de programação para o canal, que tinha uma base na grade da CNN, e era telejornal, programa, mais telejornal, programa... E precisávamos tentar realizar aquilo para ver como seria esta experiência, inédita dentro da emissora. Acho que estes são nomes do jornalismo. Porém, mais do que jornalismo, nós tínhamos toda uma estrutura porque televisão não se faz sozinho, é um trabalho de equipe. E tivemos toda uma estrutura de engenharia e técnica, que é a parte que põe a televisão no ar, que trabalhou em conjunto o tempo todo com as pessoas da CGJ. Então, eu acho que a Central Globo de Engenharia tem uma participação fundamental no projeto. Porque a escolha de toda a tecnologia que a gente usou aqui na época, testes com equipamentos de várias empresas, e tal, culminou com a nossa ida ao ar. Nós fizemos pilotos valendo, como se a gente estivesse 24 horas no ar, durante estas duas semanas.

Cristina: E quais foram as dificuldades, os problemas que vocês encontraram para produzir um noticiário *all news*? Tá certo que já havia uma experiência anterior e uma noção de como poderia ser – no caso, a CNN – mas como foi transpor isso para o Brasil?

Vera Íris: Foi muito difícil porque, na verdade, a nossa primeira idéia era a de que a nossa produção iria reproduzir as matérias do jornalismo da TV aberta. A nossa idéia era montar telejornais, estes que chamam *Em Cima da Hora*, que sempre eram atualizados com as matérias e reportagens da rede. Desde que entrassem no ar, é claro. Então, a gente começou

a estruturar um esquema que fizesse com que logo depois que estas reportagens entrassem na TV aberta, a gente conseguisse colocá-las no ar. Nós fizemos isso no começo, mas começamos a perceber que o canal estava ficando repetitivo. Uma coisa quase desatualizada. Isso aconteceu ao longo dos primeiros dois anos. Principalmente no primeiro ano. Lutamos muito para dar uma reversão nisso, para que o canal não fosse apenas uma réplica das matérias que iam ao ar na rede. Tinha que haver uma produção. E a gente começou a ver quais eram os assuntos que a gente deveria priorizar para que não nos tornássemos cópias ou reprises da rede e fossemos mais originais. E a gente percebeu que era economia e política.

Cristina: Quais são as coberturas que você destacaria que marcaram a história da GloboNews, já que a grande possibilidade do canal é abrir espaço para o jornalismo a qualquer momento.

Vera Íris: O jornalismo na GloboNews é isso, a gente derruba a grade e segue com a notícia. Desde que ela tenha importância para o público, logicamente. A gente faz isso até hoje. A GloboNews acabou se consolidando assim. A primeira cobertura de grande impacto da GloboNews foi nos primeiros 15 dias de funcionamento, a queda do *Fokker 100* da TAM. Nos pegou de surpresa, porque a gente não tinha idéia do que fazer quando aconteceu. A gente mal estava conseguindo colocar os jornais no ar, a grade. Era uma batalha para fazer isso funcionar. Porque fazer piloto é uma coisa. Para colocar no ar, a coisa muda. E caiu o avião da TAM. A gente usou todos os recursos que a TV Globo tinha e foi a primeira vez que a gente mudou a grade, alterou a grade em nome da notícia. Foi o grande momento, este 31 de outubro. A gente abandonou programas, a grade de repetição, e ficou algumas horas no ar com o suporte e os repórteres da rede. Foi o Carlos Nascimento que nos ajudou naquela época, se não me engano. Este foi o marco inicial porque foi inesperado. A GloboNews tinha 15 dias. Entramos no ar dia 15 de outubro e isso aconteceu no dia 31.

Cristina: Na cobertura do caso do ônibus 174, que foi bem mais tarde. Eu lembro que a rede dava flashes e a GloboNews ficou direto. Quem tinha TV a cabo acompanhou pela GloboNews porque ficava direto no local.

Vera Íris: Quem cobriu este caso foi a Vanessa Richie. Foi mais para cá, eu não tenho data exata, mas acho que foi no final de 1999.

Cristina: Mas, neste caso, vocês já tinham uma estrutura...

Vera Íris: É, mas mesmo assim, a estrutura da GloboNews se faz em cima do acontecimento. Porque, por exemplo, eu lembro de um outro fato, o incêndio no Aeroporto Santos Dumont, que aconteceu de madrugada. Isso foi bem no início da história da GloboNews. Eu lembro quando o editor que estava aqui me ligou de madrugada e disse: “está pegando fogo no aeroporto”. Eu falei: “que aeroporto?” Era o Santos Dumont. Eu perguntei: “como assim, mas é grande ou pequeno?” Ele disse: “Grande.” Então vamos mobilizar. Aí você começa a chamar os repórteres, apresentadores, todo mundo foi direto para lá e aí os recursos da rede também vão junto e contribuem para a GloboNews. Não existiam uma estrutura preparada para isso. Hoje até existe. Um pouquinho mais compartilhada, a gente sabe para onde liga, tem a rede dividindo com a gente. Hoje temos uma estrutura mais profissional. Mas mesmo naqueles primeiros anos da história da GloboNews, não tendo estrutura, a gente conseguia fazer a cobertura do fato porque todos tinham a vontade de dar a virada. De qualquer jeito a gente ia. E ia muito no improviso. Que, aliás, acho que é uma característica dos profissionais da GloboNews.

Cristina: Saber improvisar?

Vera Íris: Eles improvisam de uma forma que eles conseguem executar e improvisar matérias, programas. Hoje a gente vê a experiência da improvisação em n entradas na GloboNews. Agora mesmo, nas eleições americanas em que a Maria Beltrão e o André

Trigueiro estão entrando ao vivo de Nova York porque eles têm uma facilidade de improviso, uma percepção, uma agilidade de pensamento que foi moldada aqui. Claro que eles tem um talento incrível, senão não daria certo, mas foi uma habilidade moldada aqui, com o acúmulo de cinco ou seis jornais direto que eles fazem.

Cristina: Mudando um pouco de assunto. Você falou que a GloboNews trata principalmente de política e economia nos noticiários até pelo público alvo para o qual a GloboNews é voltada...

Vera Íris: Tem mais um assunto que eu acho que é importante, uma marca da GloboNews que são os assuntos internacionais.

Cristina: Agora, quais são os critérios utilizados para saber o que é digno de ser divulgado e o que não é?

Vera Íris: Tudo o que é notícia.

Cristina: No caso, o que não é tão relevante de ser divulgado é apenas divulgado como nota?

Vera Íris: Eu acho que política, economia e assuntos internacionais são assuntos que o público assinante que paga um canal a cabo de notícias quer estar atualizado sobre estes temas. Por isso que a gente tem um programa chamado *Conta Corrente*, com duas edições diárias, que é especializado em economia, que é muito visto e tal. Nós temos o *Jornal das Dez*, que é um jornal mais tarde, com comentaristas políticos, que tem um estúdio lá em Brasília, sempre com convidados da área política, que comentam a área política. É importante dar ao nosso público uma informação mais consistente, mais aprofundada. A gente tem um programa, que é o *Sem Fronteiras*, que entra fundo nas questões internacionais. Políticas, econômicas e de comportamento internacional. fizemos um

programa de memória, ouvindo pessoas de Nova York, que não é um programa de política, mas é um programa que quando você amplia, você sai da entrevista do Brasil para mostrar o que se estuda sobre memória em Londres ou Nova York, você dá ao assinante uma dimensão maior sobre o seu assunto. Estes assuntos a gente explora muito. Sobre economia também tem o programa da Míriam Leitão, sobre política tem o do Alexandre Garcia. Então tem sempre um aprofundamento destes temas, é uma necessidade do canal.

Cristina: Você falou que a GloboNews foi moldada no modelo da CNN, que é primordial neste tipo de canal. Quais são as inovações que a GloboNews apresentou ao longo destes oito anos, extrapolando este modelo.

Vera Íris: Logo de cara eu poderia te dizer que a CNN, não colocava todos os jornais seguidos ao vivo, por exemplo. Ela repetia alguns jornais. Por exemplo, vamos dizer assim: às oito horas da manhã ela colocava um jornal ao vivo e às nove ela repetia o das oito. Nós nunca fizemos isso. Nunca. Desde o primeiro dia. Todos os jornais aqui são sempre ao vivo. É uma característica da GloboNews. A outra coisa que eu acho que a gente fez e que é diferente, pois a CNN tem recursos e nós não tínhamos tantos recursos, e a gente percebeu que as questões internacionais eram importantes, sempre necessárias, a gente conseguiu uma rede de correspondentes que a gente usa muito pelo telefone. A TV Globo nunca pôs ninguém pelo telefone, mas hoje ela põe. Quando é um caso que acontece alguma coisa. Mas ela não usava este recurso.

A GloboNews não tinha câmera, não tinha imagem em todo o mundo. Nós fizemos isso em vários momentos, no seqüestro à Embaixada no Peru, por exemplo. A gente sempre tem algum jornalista brasileiro que estava lá e que entrava pelo telefone em *audiotape*. A gente faz isso até hoje. Por isso, a gente hoje tem uma rede de uns 500 correspondentes não-fixos. Tem os fixos, que fazem isso todo dia, mas a gente tem onde quiser. Se acontecer um terremoto no Paquistão, é bem capaz de a gente ter o telefone de alguém de lá que possa entrar no ar e dizer para o que está acontecendo naquele momento. Conseguimos isso por

ter aprimorado e mantido este recurso. É uma característica da GloboNews que deu certo e que muita gente hoje copia. Todas as televisões, abertas e fechadas.

Cristina: E em relação a linguagem da GloboNews?

Vera Íris: A falta de recursos, falta de gente, se tivéssemos mais gente nós aprimoraríamos mais a linguagem. Mas o que temos hoje é uma linguagem muito coloquial, muito simples, muito fácil, como se estivéssemos conversando aqui, que é o que ajuda nossos apresentadores a serem mais simples e terem segurança para a improvisação. A linguagem é a coloquial do telejornal comum, mas sempre atualizada, sempre correndo atrás do que tem de mais novo.

Cristina: Uma cobertura muito comentada da GloboNews foi a do 11 de setembro. Nós podemos dizer que a audiência do canal cresceu muito mais a partir da cobertura que a GloboNews fez deste evento e os fatos internacionais que se seguiram a ele?

Vera Íris: Eu acho que a cobertura do 11 de setembro foi um marco, mas eu acho que o canal se consolidou com a cobertura da morte da Lady Di, em 1997.

Cristina: Com a Maria Beltrão?

Vera Íris: Por todo o conjunto, pelo pessoal da redação também. A Maria, por sorte, estava de férias em Londres. Foi em outubro de 1997, praticamente um ano após a GloboNews entrar no ar. A gente conseguiu dar uma cobertura tão intensa, tão profissional apesar de não ter tantos recursos que mudou o olhar das pessoas em relação a GloboNews. As pessoas, que eu digo, engloba os assinantes, os formadores de opinião, as redações – paralelas, adversárias ou concorrentes – que passaram a olhar com respeito e confiança pelo trabalho e informações que a gente mandava. Eu acho que ali a credibilidade da GloboNews realmente se fincou.

Cristina: Mas em termos de audiência foi o 11 de setembro?

Vera Íris: É, mas daí em diante da morte da Diana a GloboNews começou a mudar um pouco. E ela foi crescendo. O 11 de setembro foi em 2001, e de 1997 até 2001, estes anos foram de crescimento e consolidação do canal. De credibilidade, de investimento em grandes personalidades, nos apresentadores e tal. Isso tudo culminou com este acontecimento onde a GloboNews fez uma cobertura que eu nem diria que aumentou a audiência, mas que foi um marco porque a Rede Globo, como um todo, fez uma bela cobertura. Tanto que o *Jornal Nacional* ganhou até um prêmio, o *Emmy*, pela edição do dia do acontecimento. Então, a GloboNews foi na carona, a gente fez um trabalho legal, porque o formato nos permite muita agilidade, a gente consegue ficar no ar, a gente consegue pôr comentaristas, falar no telefone com as pessoas. A GloboNews pára em função do acontecimento. Então você vai dizer, mudou ou não mudou a audiência? Lógico, se aquilo era um grande acontecimento, todo mundo estava querendo saber o que estava acontecendo, só se falava daquilo o dia inteiro, com comentaristas, telefone, matérias inéditas, com o que vinha, fazia-se retrospectos e tal. A audiência aumenta porque todo mundo se interessa pelo assunto.

Cristina: Mas, quando chegou 2001, podemos dizer que os assinantes já encontraram uma GloboNews mais preparada pelo trabalho diário e mais respeitada como fonte?

Vera Íris: Com certeza. Por causa deste trabalho anterior.

Cristina: Fazer um telejornal na GloboNews é diferente de fazer um telejornal na TV aberta. Quais as principais diferenças que você apontaria entre um e outro?

Vera Íris: Primeiro porque aqui se faz um telejornal ao vivo de hora em hora. Muitas vezes, nesta hora, acontecem algumas coisas. E estas coisas tem que estar no telejornal.

Então, a idéia é a mesma da CNN, da BBC News, e todas as outras. O telejornal sempre tem que estar muito atualizado cada hora em que ele entra. Porque o assinante quer isso. Esta é a idéia básica do canal de notícias. A diferença é estar atualizando o jornal de meia em meia hora. Fazendo o mais atualizado possível. Esta é a grande diferença.

O telejornal tem muita coisa ao vivo, a gente usa muito interromper a programação quando tem uma informação que é importante. A TV aberta nem sempre interrompe, mas a gente sabe que aquela informação é legal, é importante para o assinante. Então a gente interrompe. Como na alta dos juros há pouco tempo. Quando a decisão do Copom for dada, a GloboNews vai entrar no ar e dizer, a TV Globo não vai.

Cristina: Provavelmente porque o público-alvo é diferente?

Vera Íris: Também porque a TV aberta tem compromissos com comerciais, com uma novela. A gente também tem compromissos, mas a gente sabe que o assinante quer ver isso também. Então, se precisar, a gente interrompe o programa. Isso é uma diferença da TV aberta, mas é inerente ao canal de notícias. Se você tem uma notícia e não interrompe o trabalho, você não está fazendo um canal de notícias.

Cristina: A linguagem da GloboNews e dos telejornais da TV Globo é muito parecida, não é?

Vera Íris: É quase a mesma.

ANEXO II

ENTREVISTA COM EDUARDO GRILLO

Depoimento concedido no dia 18/11/2004.

Cristina: Conte um pouco da história de como você veio parar na GloboNews.

Eduardo Grillo: Eu estava fazendo um curso da Alice-Maria direcionado para telejornalismo, quando ela foi convidada a montar a GloboNews. E como ela me conhecia porque eu estava fazendo isso com ela, me convidou a participar do começo do projeto e de alguns pilotos. E destes pilotos que começou tudo. Eu vim parar aqui por causa da Alice-Maria.

Cristina: Como foi o começo do canal e quais foram as primeiras dificuldades para achar o formato ideal dos programas da GloboNews?

Eduardo Grillo: Os formatos já estavam mais ou menos definidos como seriam, mas a gente foi descobrindo na prática mesmo, com os pilotos. Fizemos três, quatro meses de pilotos como se o canal já estivesse no ar. Todo mundo chegava no seu horário de trabalho, montávamos o jornal, editávamos as matérias, depois a gente sentava lá na bancada e apresentava o jornal. Quer dizer, o canal funcionou três, quatro meses antes de entrar no ar. Com isso a gente foi aparando algumas arestas. No início a gente dedicava muito tempo a, por exemplo, o tempo no Brasil, mas o jornal ficava meio chato, não dava ritmo à coisa. Então, fomos ajustando estas pequenas coisas para tornar o jornal informativo, ágil e interessante para quem está assistindo. Existe uma certa lenda de que a GloboNews é inspirada na CNN. Mas nunca nos foi pedido que assistíssemos a CNN para ver como era. E eu, na verdade, nem sei exatamente como é a programação. Existiam formatos, a Alice-Maria tinha o formato na cabeça, e a gente foi trabalhando os pilotos, lapidando para ficar com uma cara mais legal. Mas de lá para cá muita coisa já mudou, se você observar como

era o jornal no começo, você vai ver que o ritmo dele era diferente. Ele foi ganhando cara própria.

Cristina: E quais são as mudanças que você destacaria deste princípio, há oito anos atrás, até hoje.

Eduardo Grillo: De cara, o formato do jornal. Antes ele começava com uma coisa que a gente chamava M.I.T.: manchetes, indicadores e tempo. Tinha as manchetes do dia, depois os indicadores: dólar, ouro; e a previsão do tempo. Isso mudou: os indicadores são espalhados pelo meio do jornal e o tempo é lá no final. A gente fez isso para tornar o começo do jornal mais fluido. Em matéria de formato, como a gente estava experimentando muito, cada um fazia uma série de pequenas coisas, que talvez a gente faça menos hoje. Por exemplo, os apresentadores faziam muito mais entrevistas fora do jornal, às vezes matérias na rua e outras coisas que acabaram se direcionando. As entrevistas ganharam programas próprios, com o *Almanaque*, o *Starte*, *Milênio* e vários outros programas de entrevista. Os jornais ganharam uma cara própria: o *Jornal das Dez* sempre tem uma entrevista quando tem um assunto que necessite de uma entrevista. O *Em Cima da Hora* do meio-dia e das seis. Estas coisas não eram muito definidas no começo, eram tentativas de ver como ficaria o formato. Toda a engrenagem do canal, por estar mais “azeitada”, funciona melhor do que era antes. Se hoje a gente ouve algo sobre uma notícia, eu já sei que eu tenho que correr para o estúdio, o outro corre para o switcher, e tal. Qualquer coisa que aconteça, a gente está no ar em vinte segundos, coisa que talvez não era tão fluida antes.

Cristina: Vocês não tinham o ritmo...

Eduardo Grillo: A gente sabia o que tinha que fazer, mas não tinha a experiência, o treino. Você vai pegando o jeito da coisa, sabe como funciona. Você vai aprendendo as necessidades do canal e o que se adequa melhor ao que você tem que fazer.

Cristina: Como você caracterizaria o *Em Cima da Hora*?

Eduardo Grillo: O *Em Cima da Hora* é o jornal com as principais notícias do dia e com o que está acontecendo naquele exato momento, atualizado de hora em hora. Por exemplo, o *Jornal Nacional*, para dar um exemplo conhecido de todos, quando um ministro pede demissão, ou qualquer outra coisa, eles tem quatro horas, quatro horas e vinte para entrar no ar e dar aquilo. O *Em Cima da Hora* não, se acabou de acontecer a gente já deu. Se o jornal está no ar, a gente dá no ar a primeira informação que chegou: “Acabou de chegar a informação de que aconteceu alguma coisa.” Se der tempo, no fim daquela edição a gente fala de novo sobre o assunto, a edição seguinte vai ter mais um pouco de informação e a outra edição seguinte já vai ter mais imagens com mais um pouco de informação e um pouco da repercussão. O *Em Cima da Hora* vai construindo o que aconteceu. Outro exemplo: o prédio desabou no Nordeste. A gente sabe que ele caiu e vai apurando. Podemos entrar entre um jornal e outro com as informações. No jornal seguinte você tem os dados e informações sobre aquele prédio até chegar o momento em que você vai ter as imagens e as entrevistas com as pessoas. Mas antes de ter este produto completo, a gente deu esta informação várias vezes à medida em que ela foi acontecendo. Isto é muito legal porque você não dá só a notícia pronta, a gente dá a notícia desde o comecinho até ela ficar “redondinha”. Esta é a garantia, para quem está assistindo de que, se você está vendo o jornal, você está vendo algumas coisas importantes que são repetidas porque não acontecem coisas novas o dia inteiro, mas além daqueles coisas que você já viu de manhã, você sabe que se alguma coisa estiver acontecendo, vai estar no jornal. É um privilégio para quem está fazendo porque, a gente pega a notícia e vai crescendo com ela. É a dimensão da notícia.

Cristina: De um ponto a outro: como você caracterizaria o *Pelo Mundo*?

Eduardo Grillo: É totalmente outra proposta. O *Pelo Mundo* é um programa *light* de curiosidades e até de bizarrices que acontecem no mundo. Tem umas coisas muito

estranhas e que, ao mesmo tempo, é uma coisa fácil de assistir, de ser digerida. Mas você tem a oportunidade de mostrar várias curiosidades de cada país, de povos, culturas. De uma forma bem dourada, bem doce, você acaba revelando muitas coisas do mundo. É um programa leve, tem coisas engraçadas. O campeonato de, sei lá, rolar montanha. Tem umas coisas bizarras. E quebra esta sisudez do canal, do jornalismo. A gente fala de desgraça, de *hard news* o tempo todo. E o *Pelo Mundo* dá uma quebrada nisso sem ficar totalmente bobo. Porque tem informação ali no meio. Aliás, é o *slogan* do programa: “Quer informação com diversão?”, e eu acho que é isso mesmo. é um programa *light* que se propõe a ensinar sobre coisas ao redor do mundo. É despretensioso. É gostoso de ver. Tem uma audiência incrível. Sabe uma coisa engraçada? Talvez seja pelo público que ele atinge, mas mais gente vem falar comigo sobre o *Pelo Mundo* do que sobre o jornal. (risos) Não é engraçado? Talvez o público que o *Pelo Mundo* atinja seja gente que tem mais essa coisa de falar e comentar.

Cristina: Mas você fica mais tempo no ar com os jornais do que com o *Pelo Mundo*...

Eduardo Grillo: Muito mais, imagina! São horas e horas no jornal e o *Pelo Mundo* são só vinte e cinco minutos.

Cristina: Qual é o modelo de jornalismo e de jornalista no qual você se inspira para exercer o seu trabalho aqui na GloboNews?

Eduardo Grillo: Eu não quero parecer pretensioso, mas eu não tenho um modelo. O que eu tento fazer é o seguinte: ter a seriedade que a notícia pede, ter certeza de que a gente está dando o que é imparcial. Não tenho um modelo, mas o meu modelo particular seria primeiro entender tudo o que está acontecendo, depois contar. Então, por mais que o texto que eu estou lendo já esteja escrito, eu tento fazer de uma forma explicada tipo: o que aconteceu foi isso, e as conseqüências são essa, essa e esta. Como se eu estivesse explicando para alguém na minha casa o que está ocorrendo. Eu tendo colocar no texto um

pouco disso, explicar com conversa e não tanto com locução, na medida do possível. Porque é um jornal *hard*, são notícias que não têm coisas “bonitinhas”, é meia hora de notícia. Então eu acho que se você der de uma forma um pouco mais simpática, se é que isso é possível, fica melhor. Mas dentro da seriedade, mas de uma forma mais pessoal.

ANEXO III:

ENTREVISTA COM JOSÉ CARLOS MONTEIRO

Depoimento concedido em 22/11/2004.

Cristina: Fale um pouco sobre o começo da GloboNews...

José Carlos Monteiro: O começo da GloboNews comportava inúmeros desafios de natureza tecnológica e humana. Tratava-se de colocar em operação um canal que estava repleto de problemas a curto e médio prazo e cujo material técnico e o potencial humano se resumiam a uma sucata da Rede Globo, que deixou equipamentos ao se transferir para o andar térreo, e uma multidão de jovens recém-formados. Vários deles oriundos da escola que a Alice Maria mantinha, alguns aproveitados em testes internos realizados pela nova direção, e um grupo de veteranos de confiança pessoal e profissional da diretora-geral. Como ousar, como pretender entrar em um mercado extremamente complexo que é esse do noticiário 24 horas? Sem equipamento, sem repórteres, sem editores, sem maiores investimentos. De que maneira seria possível assumir o compromisso com os assinantes da Globosat e da Net de fornecer um serviço que tinha como um parâmetro a CNN, amparada pelo poderio do grupo Time-Warner? Realmente foi muita ousadia da parte da alta direção das Organizações Globo sair em campo com este veículo novo, com esta mídia diferente, que fugia aos padrões convencionais de tudo o que se conhecia na televisão brasileira ou, mais rigorosamente, do jornalismo televisivo. O desafio, se poderia dizer que foi superado graças a uma conjunção de fatores: um complexo de elementos positivos e acontecimentos fortuitos.

Cristina: Como assim?

José Carlos Monteiro: Nos seus momentos iniciais, a GloboNews funcionou com todo o cenário planejado meio improvisadamente. Sua infra-estrutura era limitada, era muito precária e, os primeiros noticiosos do *Jornal das Dez* eram uma calamidade: chamava-se São Paulo, e Brasília entrava; chamava-se Brasília e São Paulo dizia que estava pronto.

Tudo isso no ar. Houve desencontros, mal entendidos. Não a improvisação mas, as dificuldades eram de tal sorte que, nos seis primeiros meses, havia uma preocupação sobre a viabilidade de o canal estar na Net, tamanha era a conjugação de problemas, dificultando a operação que contava com editores veteranos e um grupo de jovens. Elementos altamente positivos contribuíram para a superação dos obstáculos: número um, o fato de a equipe veterana assumir como compromisso se honra superar os obstáculos de ordem material; número dois, a garra e disposição do grupo de gente jovem que compreendia desde apresentadores até a repórteres, editores de texto e imagem. Foi efetivamente uma aventura que não poderia ser adiada, levando-se em conta que a Rede Bandeirantes já estava “buzinando” que iria entrar em cena a BandNews. As Organizações Globo, nos primeiros momentos, deixou muito claro que acreditava na viabilidade do projeto dentro de dois anos. Ocorre que, seis meses depois, lá estava a direção da GloboNews dizendo que o canal estava no ar, que acreditavam nele e que precisavam que a gente acreditasse também e invistam nisso. Estes momentos iniciais foram certamente o maior desafio e, se a superação das dificuldades foi possível, se deveu a estes profissionais e àquilo que eu mencionava que são os elementos fortuitos: uma catástrofe no Aeroporto Santos Dumont, um incêndio, no qual a cobertura da GloboNews ao vivo foi impecável, levando em conta as dificuldades no campo de operações. A gente saiu mostrando como era possível fazer jornalismo ao vivo cobrindo instantaneamente o evento com uma qualidade jornalística que era resultado de informação e disposição dos apresentadores. De tropeços, mas de muitos acertos. Sempre nestes momentos a GloboNews se superou, nos momentos das grandes coberturas. Tanto que, na medição que se faz hoje da audiência do canal há picos nas coberturas de eventos como os atentados de 11 de setembro, Guerra do Afeganistão, Guerra no Iraque e a morte da princesa Diana, do Yasser Arafat, as eleições americanas, as eleições brasileiras, a cobertura de grandes tragédias naturais, nós conseguimos dar a volta por cima, sacudir a poeira dos equipamentos obsoletos e superar a prova. Quando o *Jornal das Dez* passou a ter uma hora e passou a falar de uma forma efetiva com Brasília, São Paulo e, mais tarde com Nova York, vimos como a expressão “âncora” foi usada de maneira eficaz. Sobretudo porque o André Trigueiro, que era um jovem repórter da Rádio Jornal do Brasil, que se

incorporou à Rede Globo através do *RJTV* e apostou na aventura da GloboNews mostrou-se um âncora respeitadíssimo nacionalmente. Jovem, engajado nas causas ambientalistas e pelos direitos humanos, o André deu conta do trabalho e ancorou com competência, do Rio de Janeiro, um noticiário com uma hora de duração que tem seus pontos fortes em Brasília, onde a cobertura política se faz presente com uma equipe excelente, e em São Paulo, onde a vida financeira é muito forte e a gente tem uma cobertura específica com a bolsa de valores, com o mercado e com as atividades econômico-industrial.

Cristina: Você falou sobre a cobertura do incêndio no Aeroporto Santos Dumont. Como foi esta cobertura?

José Carlos Monteiro: Entenda, antes de tudo, que não havia a tradição de jornalismo 24 horas, do noticiário instantâneo, ao vivo. Havia muita garra e muita disposição. Havia um compromisso de fazer a cobertura muito completa, cobrindo, instante-a-instante o episódio. Esse tipo de sentimento foi o que motivou a atitude de toda a equipe participasse, mesmo os profissionais que não estavam diretamente envolvidos no fato. É evidente que, quando a cobertura nacional é forte, os jornais crescem. O tempo de duração de cada *Em Cima da Hora*, de cada *Jornal das Dez*, se expande e todas as outras áreas, desde o Esporte até o Internacional e a Economia, passam a ter mais tempo. Passam a oferecer um suporte que pode ser usado ou não dependendo do fato principal a ser coberto, no caso este do incêndio. Toda a GloboNews sempre está mobilizada para a cobertura do evento como foi a morte da princesa Diana, uma cobertura que foi um dos maiores ícones da televisão a cabo e foi coberta de uma maneira ampla, geral – mobilizando tanto os correspondentes internacionais quanto os repórteres da GloboNews que estavam repercutindo esta tragédia. Provavelmente a cobertura da morte da princesa Diana foi o auge do senso de profissionalismo do canal. O incêndio do Santos Dumont foi coberto ao vivo, mas houve tropeços. A da princesa Diana já tinha uma máquina em operação devidamente lubrificada, todas as partes se encaixavam: era a ancoragem, era a reportagem, eram os perfis, matérias de apoio. Tudo funcionou de uma forma tal que, quando houve o atentado de 11 de setembro, a GloboNews prestou um

extraordinário serviço de jornalismo, disputando, passo-a-passo com redes internacionais e com a própria rede-mãe, que é a Globo.

Cristina: Podemos dizer que o 11 de setembro e os acontecimentos que o seguiram (Guerra no Afeganistão, Guerra no Iraque) é um marco para a consagração da GloboNews como fonte de informação não só para os assinantes mas como também para os outros veículos de comunicação?

José Carlos Monteiro: Os atentados de 11 de setembro, a queda das torres gêmeas do *World Trade Center* e à sede do Pentágono em Washington, foram cobertos impecavelmente mas, dentro dos parâmetros do inesperado. Estes elementos surpresa certamente fizeram com que toda a cobertura internacional caísse em um lado exclamativo. Se você examinar as manchetes dos jornais e das revistas e tiver a ocasião de monitorar todas as matérias da CNN, da NBC, da CBS, da ABC, você irá perceber este elemento exclamativo, de tragédia, de catástrofe, do impossível, do inimaginável. É uma cobertura que traduz o impacto da surpresa: como terroristas internacionais ousam bombardear dois ícones da civilização norte-americana. O símbolo de seu poderio militar em Washington e a maior expressão de sua pujança econômica, que era o *World Trade Center*. Antes disso, a cobertura da morte da princesa foi mais completa porque ela teve certamente o impacto da surpresa. Mas os dois fatos foram administrados e expostos de uma maneira ampla. No caso, os atentados de 11 de setembro tiveram um *handicap*: foi a adesão internacional imediata e a solidariedade global irrestrita aos Estados Unidos. Isso fez com que se inviabilizasse uma análise mais crítica da origem dos atentados. O que isso significa? Significa que as vozes discordantes que, mesmo manifestando solidariedade às vítimas dos atentados, arriscavam perguntar por que os Estados Unidos não faziam uma reflexão sobre os motivos pelos quais são tão odiados a ponto de serem atacado foram caladas. Estas vozes foram limitadas nos primeiros dias e semanas da cobertura porque a palavra de ordem era solidariedade e adesão sem críticas. E isso fez com que a cobertura dos atentados ficasse extremamente “viciada” do ponto de vista ideológico. Já a tragédia da princesa recebeu

uma unânime demonstração global de carinho, ela foi uma cobertura que se beneficiou de todos os fatores que cercavam a Lady Di: era o encanto pessoal, o seu envolvimento com as causas humanitárias, a sua trajetória pessoal e familiar cheia de turbulências. Todos estes fatores fizeram com que a cobertura da tragédia dela houvesse um lamento sincero, mesmo quando se questionava o seu envolvimento com o Dodi Al-Fayed. Havia uma solidariedade que estava acima das críticas. No 11 de setembro teve este fator restritivo de que ninguém podia falar mal dos EUA. Não se contestava porque a gente tinha que dizer amém para história. Tivemos uma equipe brilhante de comentaristas no eixo Rio - São Paulo – Brasília.

Entenda que o Brasil não é um país que possui grandes centros de estudos e escolas de debates da problemática externa. Mesmo assim, temos professores altamente competentes na USP, na Unicamp, da PUC, no Instituto de Relações Internacionais, da UFRJ, da UFF, da UnB, que estavam esperando a oportunidade para mostrar que nós temos uma inteligência que acompanha a geopolítica global. Do mesmo modo, os atentados de 11 de setembro, a Guerra do Afeganistão e a Guerra do Iraque.

Cristina: A cobertura Guerra do Afeganistão e da Guerra do Iraque pelos meios de comunicação são tão viciadas como as do 11 de setembro?

José Carlos Monteiro: Na Guerra do Afeganistão ainda existia um senso de justiça, um sentimento de vingança. Havia um clima de ajuste de contas. Por isso, o ataque ao regime talibã, a derrubada do regime do Afeganistão não causou tanta revolta como a Guerra do Iraque. Porque sabia-se, há muito tempo, que o Iraque era um país devastado pelo bloqueio econômico e militar, que não dispunha de recursos materiais e nem de cérebros para a produção de armas nucleares ou de armas biológicas capazes de atingir o Ocidente e, sobretudo, os Estados Unidos. Sabíamos que se tratava de uma motivação pífida, que era a busca da principal riqueza iraquiana, que é o petróleo. Um jogo perverso, onde o presidente George W. Bush que ria mostrar para o ditador iraquiano que, o que o pai dele não fez, ele faria com o apoio do estado-maior e de todos os conservadores que o assessoram na Casa Branca. Na Guerra do Iraque, vimos aparecer uma série de estrategistas do eixo Rio – São

Paulo – Brasília que davam testemunhos bem fundamentados da precariedade militar do Iraque e da impossibilidade de fazer frente a um confronto bélico com os Estados Unidos. E a gente também teve coberturas muito boas, sempre atreladas ao departamento de esportes da Globo. As olimpíadas de Atlanta, Sidney e Atenas. Nós estivemos presentes com equipes mínimas, mas com uma versatilidade impressionante. Nossa cobertura foi modesta, mas muito funcional.

Cristina: Você falou sobre a versatilidade dos profissionais que trabalham na GloboNews. Você acha que esta limitação da cobertura internacional nos veículos da grande imprensa norte-americana e européia contribuiu para que o público procurasse uma cobertura internacional destes fatos mais brasileira?

José Carlos Monteiro: Quando você mencionou a natureza da GloboNews em ser a versão brasileira da CNN, você estava tocando em um ponto central. De fato nós tínhamos a ambição de ser uma versão verde e amarela da CNN. Mas nunca nos esquecemos de que havia por trás desta rede criada pelo Ted Turner um complexo econômico-financeiro muito maior do que a gente tinha. O que nós buscamos é o jeitinho brasileiro de fazer jornalismo 24 horas, expandindo a rede de colaboradores e correspondentes. Indo desde o Japão até a Rússia, passando pelo Oriente Média, pela Itália, França, Portugal e vindo até a Argentina com o Ariel Palácios e a Janaína Figueiredo. Mesmo sabendo que a Rede Globo tem um escritório que também colabora com a GloboNews, nós temos equipes próprias. Com esta rede de profissionais, nós marcamos presença no mundo inteiro. Podemos dizer que temos uma rede de correspondentes em todo o planeta. Quando nós não temos correspondentes, temos enviados especiais, que são jornalistas da Rede Globo que trabalham simultaneamente para a GloboNews. O que se propôs foi criar um canal que tivesse uma fisionomia própria, que prestasse um serviço informativo de nível internacional em todos os eventos esportivos, econômicos, políticos e internacionais. Nós sempre subíamos na apreciação do público por um motivo simples: o nosso modo de transmitir a notícia é

brasileiríssimo. É evidente que a CNN, a NBC, a ABC e a CBS dispõem de um aparato poderoso para cobrir os eventos. Mas nós, quando chegamos às casas dos assinantes, falamos uma língua que todo mundo conhece. Transmutamos a complexidade do evento internacional para o conhecimento para o público entender este mundo caótico. Sobretudo, nós transmitimos os grandes acontecimentos com eficiência comunicativa e calor humano.